

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN DE UN GIMNASIO FITNESS  
“**BODY ENERGY EVOLUTION**” EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

**ELABORADO POR:**

LISSETTE XIOMARA MACÍAS ORELLANA

EDISON MANUEL VILLALTA ALBÁN

**ASESORADO POR:**

ING. EDGAR JIMÉNEZ BONILLA

NOVIEMBRE 2011

## **DECLARACIÓN**

Nosotros, Edison Manuel Villalta Albán y Lissette Xiomara Macías Orellana, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedemos nuestros derechos de propiedad intelectual correspondiente a este trabajo, a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

---

Edison Manuel Villalta Albán

---

Lissette Xiomara Macías Orellana

## **CERTIFICACIÓN**

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por Edison Manuel Villalta Albán y Lissette Xiomara Macías Orellana bajo mi supervisión.

---

ING. EDGAR JIMÉNEZ BONILLA

TUTOR DEL PROYECTO

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a Dios por las bendiciones que nos ha concedido durante nuestra vida, al permitirnos culminar con éxito una de nuestras principales metas; a nuestros familiares por el apoyo, dedicación, paciencia, fortaleza y amor que nos han brindado a lo largo de nuestro caminar de manera incondicional; a nuestro tutor por su dirección y apoyo en el desarrollo del presente trabajo, que en conjunto nos han permitido plasmar en una realidad el ser profesionales.

Edison y Lisette

## DEDICATORIA

Con gran orgullo dedico el presente trabajo a Dios por todas las bendiciones que he recibido a lo largo de mi vida y a mi queridamadre quienha sido el pilar fundamental para culminar mis estudios demostrándome su amor, cariño, confianza, comprensión y apoyo incondicional.

Edison

Es para mí motivo de orgullo y felicidad dedicar el presente trabajo a Dios por guiar mis pasos en todo momento; a mi abuelita, quien con su esfuerzo y amor ha dedicado cada espacio de su tiempo en apoyar a culminar mis estudios, regalándome uno de los tesoros más grandes en mi vida, mi profesión; a mis tías por ser mi apoyo y soporte, y a mi madre que desde lejos ha estado apoyándome para lograr este gran paso.

Lisette

En especial dedicamos juntos este esfuerzo a nuestro grupo de amigos incondicionales quienes juntos vivimos inolvidables experiencias en la universidad a la que tanto llegamos a querer.

## INTRODUCCIÓN

La inclinación de las personas por mantener un estilo de vida saludable y conservar una figura esbelta, es cada día más evidente en la sociedad; así como la utilización de varios métodos poco o nada saludables para obtener estos resultados, sin pensar en los posibles problemas secundarios que esto atrae.

La realización de ejercicios en el medio acuático, los conocidos aeróbicos y el reconocido baile del Pole Dance, aparecen como una solución a este problema, logrando obtener estas metas, sin poner en peligro la salud de las personas, ya que el principal beneficio de realizar estas actividades, es el obtener los mismos o mejores resultados en un tiempo reducido, con menor esfuerzo y menos expuestos al peligro de lesiones o intoxicaciones u otros problemas por el uso de químicos, pesas y/o maquinaria.

Es por dicha razón que se proyecta una empresa orientada al desarrollo físico, mental y a tener una buena salud ofreciendo también ejercicios adicionales como el Jiu Jitsu y Combate real que ayudan al desarrollo individual en técnicas de defensa personal.

Para poder lograr obtener una guía más clara y específica en la puesta en marcha de la empresa, en primera instancia se realiza una investigación de mercado, con la cual, se podrá establecer la futura demanda, la aceptación del proyecto y el precio adecuado. Además de determinar el tamaño y la localización óptima del gimnasio.

Se debe establecer las estrategias específicas a realizarse para poder atraer al mercado, lo cual permite determinar características y costos de una manera organizada.

Una vez realizado el proceso productivo del servicio, se va a establecer la capacidad de producción, especificar la estructura organizacional más

adecuada, a partir de la distribución racional de jerarquías y responsabilidades.

Se debe determinar los costos legales y permisos para la puesta en marcha del negocio, así como también los activos, insumos, suministros que identifican las inversiones a realizarse y para lo cual se debe establecer cuáles serán las fuentes de financiamiento realizando las respectivas proyecciones financieras que permitan una adecuada toma de decisiones.

## **English Introduction**

The preference of people to maintain a healthy lifestyle and maintain a slim figure is becoming more evident in society, as well as the use of multiple or unhealthy methods to obtain these results, without think about possible secondary problems as consequences.

The exercises in the aquatic environment, the well-known and renowned aerobic, dance Pole Dance, appear as a solution to this problem, achieving these goals, without compromising the health of people, because the main benefit of making these activities is to obtain the same or better results in a short time, less effort and less exposed risk of injury or poisoning or other problems with the use of chemicals, weights and / or machinery.

It is for this reason that is projected a company oriented to the physical, mental and good health as well as offering additional exercises and Jiu Jitsu individual to help develop self-defense techniques.

It is necessary to obtain a clear and specific guidance on the implementation of the company, in the first instance is conducted market research with which we can establish future demand, accept our project and the right price. Besides determining the optimal size and location of the gym, performed the service production process, to establish production capacity, specify the most appropriate organizational structure, from the rational distribution of hierarchies and responsibilities, we have determined the legal costs, assets, investment and funding sources making financial projections to allow for appropriate decision making.



## **Introduction en Français**

L'inclinaison de personnes pour maintenir un mode de vie sain et maintenir une silhouette mince, devient de plus en plus évident dans la société, ainsi que l'utilisation de plusieurs méthodes peu ou malsaines pour obtenir ces résultats, pensez à d'éventuels problèmes secondaires cela attire.

Les exercices en milieu aquatique, le célèbre et renommé aérobies, pôle danse, apparaissent comme une solution à ce problème, la réalisation de ces objectifs, sans pour autant compromettre la santé des gens, parce que le principal avantage de faire ces activités est d'obtenir des résultats identiques ou meilleurs dans un court laps de temps, moins d'effort et moins exposés aux risques de blessures ou d'empoisonnement ou d'autres problèmes avec l'utilisation de produits chimiques, de poids et / ou de machines.

C'est pour cette raison que les projets d'une entreprise orientée vers la santé physique, mentale et bien comme offrant des exercices supplémentaires et le combat de Jiu Jitsu individu réel pour aider à développer des techniques d'autodéfense.

Pour parvenir à obtenir une orientation claire et précise sur la mise en œuvre de la compagnie, en première instance est menée une étude de marché avec laquelle nous pouvons établir la demande future, d'accepter notre projet et le bon prix. Outre la détermination de la taille optimale et l'emplacement de la salle de gym, effectué le processus de production de services, à établir la capacité de production, de spécifier la structure organisationnelle la plus appropriée, de la distribution rationnelle des hiérarchies et des responsabilités, nous avons déterminé les coûts juridiques, les actifs, les sources d'investissement et de financement des projections financières pour permettre la prise de décision appropriée.

## **OBJETIVOS: GENERAL Y ESPECÍFICOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Realizar la estructuración de la implementación del gimnasio fitness para obtener una guía más clara y específica en la puesta en marcha del negocio.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Establecer mediante una investigación de mercado, la futura demanda, la aceptación del proyecto y el precio adecuado.
- Determinar el tamaño y la localización óptima del gimnasio, mediante los factores adecuados como la mano de obra, materiales y disponibilidad de servicios adaptados al negocio.
- Realizar el proceso productivo del servicio, capacidad de producción, planos de distribución y materiales a utilizarse.
- Especificar la estructura organizacional más adecuada, a partir de la distribución racional de jerarquías y responsabilidades.
- Determinar los costos legales, activos, inversiones y sus fuentes de financiamiento realizando proyecciones financieras que permitan una adecuada toma de decisiones.

## MARCO REFERENCIAL

Para poder ingresar al mercado, necesitamos realizar un análisis de los acontecimientos del entorno al que nos vamos a enfocar como lo presentamos a continuación.

### ANÁLISIS PEST

- **POLÍTICO**

Dentro del margen político encontramos que las personas tributan sus rentas por actividades empresariales en el impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF), mientras que las sociedades lo hacen a través del Impuesto sobre Sociedades, siendo su tipo impositivo general el 35% sobre los beneficios<sup>1</sup>.

En nuestro país la corrupción se ha vuelto tan de moda, que goza de buena asesoría y respaldo nacional e internacional, terrenal y celestial. Aquí ya no hay moral, se destruyeron todos esos sentimientos que ahora más bien nos llevan a satisfacer deseos ajenos que facilitan o promueven la corrupción, la inmoralidad, la desesperación de hacerse ricos. Podría esto permitirnos llegar a esas personas que desean saber cómo defenderse en vista de no ser víctimas de los antisociales.<sup>2</sup>

La importancia de la estabilidad para el desarrollo de un país como el nuestro, que tiene entre las páginas de su historia reciente alrededor de una década de inestabilidad política. Ha logrado “recuperar décadas” de atraso en infraestructura física y tecnológica, y ha apuntalado la reconstrucción de instituciones públicas.

---

<sup>1</sup>Cruz, T. ( 2010, 23 de agosto).Requisitosnecesarios paramontarungimnasio. *Todo Expertos*. Recuperado de <http://www.todoexpertos.com/categorias/negocios/creacion-de-empresas>.

<sup>2</sup>Rodríguez, R.(2011, 14 de abril). Economía: Firma de convenio. *Ecuador en Vivo*. Recuperado de: [http://www.ecuadorenvivo.com/2011080876819/economia/invermun\\_firma\\_convenio\\_para\\_convertir\\_a\\_los\\_casinos\\_en\\_gimnasios\\_.html](http://www.ecuadorenvivo.com/2011080876819/economia/invermun_firma_convenio_para_convertir_a_los_casinos_en_gimnasios_.html)

- **ECONÓMICO**

Según las estadísticas del Banco Central del Ecuador indican que a la fecha del 31 de octubre existe una tasa de desempleo 9.09% y un mínimo de 5.05% que podría afectar en futuros clientes.<sup>3</sup>

La inflación se ha basado en las encuestas del INEC en donde se ha visto un conflicto socio (Capital-Trabajo) acompañada de un rápido incremento en la cantidad de dinero en el país.<sup>4</sup>

Existe un incremento significativo de gimnasios en Guayaquil y a nivel mundial de un 3,74% puede ser bueno o malo dado que nos agregaría algunos clientes como podría quitarnos algunos también.<sup>5</sup>

- **SOCIAL**

Para combatir la pobreza deberían crearse un patrón de registros donde se clasifique y sectorice los niveles de pobreza para así crear programas de desarrollo de Capital humano de manera constante que a su vez esto reduciría la delincuencia en la sociedad.

El consumo se ha basado más en las necesidades de las personas y su accesibilidad económica mientras más barato mejor por eso hay que guiarse del análisis de mercado para establecer un precio acorde con la accesibilidad económica de las personas del segmento seleccionado.

---

3 (2011, 10 de septiembre). *Banco Central del Ecuador* Recuperado de [http://www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=desempleo](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=desempleo)

4 (2011, 10 de septiembre). *Banco Central del Ecuador* Recuperado de [http://www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=inflacion](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion)

5 (2011, 1 de Noviembre). *Irsha Global Report*. <http://fitnet.ca/comm/index.php/2011/11/global-market-size-and-scope-2011>

- **TECNOLÓGICO**

En este caso la tecnología requerida para emprender el proyecto existe en el país y es de fácil acceso económico.

La CFN, apoyado por el gobierno, emprendió una campaña de ayuda a microempresarios en vista de hacer un país más productivo permitiendo a empresarios como nosotros llegar a ser microempresarios y no ser dependientes de un trabajo en relación de dependencia.<sup>6</sup>

Tras vencer muchas trabas de carácter burocrático, el Municipio de Guayaquil cristalizó la importación de asfalto de primera calidad, con lo que mejorará radicalmente la pavimentación asfáltica de la ciudad. Esto permitirá un fácil acceso para todos los clientes.<sup>7</sup>

En nuestro país nos es un poco más complicado el desarrollo tecnológico por falta de recursos económicos y en muchas ocasiones intelectuales.

### **TASA DE CRECIMIENTO ESPERADA**

Actualmente en el Ecuador, existe un incremento de demanda en la Industria de los Centros de Gimnasios, comparando el año 2009 con el año 2010, creciendo en un 3.74%<sup>8</sup>, lo mismo que se espera incrementarse en el transcurso de la década.

---

6(2010) Corporación financiera Nacional. Recuperado de [http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=839&Itemid=541](http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=839&Itemid=541)

7 (2010, 22 de Octubre) Metroecuador S.A. Recuperado de <http://www.metroecuador.com.ec/11235-solucionan-problemas-de-asfalto-en-guayaquil.html>

8(2011, 1 de Noviembre). *Irsha Global Report*. <http://fitnet.ca/comm/index.php/2011/11/global-market-size-and-scope-2011>

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	I
ENGLISH INTRODUCTION.....	II
INTRODUCTION EN FRANÇAIS.....	III
OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS.....	IV
MARCO REFERENCIAL.....	V
<b>CAPITULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>1. PRESENTACIÓN ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO.....</b>	<b>1</b>
1.1 NOMBRE DE LA EMPRESA.....	1
1.2 CV RESUMIDO DE EMPRENDEDORES.....	1
1.3 IDEA DE PRODUCTO.....	1
1.4 IDEA DE NEGOCIO.....	7
1.5 TIPO DE EMPRESA.....	8
1.6 ACCIONISTAS.....	8
1.7 LA ADMINISTRACIÓN.....	9
1.8 ORGANIGRAMA.....	11
1.9 DISTRIBUCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES.....	11
1.10 GOBIERNO CORPORATIVO.....	19
1.11 GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	20
1.12 PLAN ESTRATÉGICO.....	20
1.12.1 MISIÓN.....	21
1.12.2 VISIÓN.....	21
1.12.3 FODA.....	21
<b>2. CAPITULO 2.....</b>	<b>22</b>
2.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	22
2.1.1 TARGET.....	22
2.1.2 INFORME DE LA COMPETENCIA.....	22
2.1.2.1 ANÁLISIS DE SUSTITUTOS.....	22
2.1.3 FOCUS GROUP.....	25
2.1.4 ENTREVISTA PROFUNDIDAD.....	28
2.1.5 ENCUESTAS.....	29
2.2 PROPUESTAS DE MERCADO.....	36
2.2.1 DETERMINACIÓN DE DEMANDA SATISFECHA.....	36
2.2.2 PRODUCTO.....	37
2.2.3 PRECIO.....	39
2.2.4 PLAZA.....	41
2.2.5 PROMOCIÓN.....	41
2.3 PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING.....	43
2.3.1 OBJETIVOS.....	43
2.3.1.1 OBJETIVO GENERAL.....	43
2.3.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	44
2.3.2 ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	44
2.3.3 DESARROLLO DE ESTRATEGIAS.....	44
2.3.4 GASTOS DE MARKETING.....	37

<b>3. ASPECTOS TECNOLÓGICOS DEL PROYECTO.....</b>	<b>46</b>
3.1 DISEÑO Y DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	46
3.2 PROCESOS DE PRODUCCIÓN.....	47
3.3 UBICACIÓN DEL PROYECTO.....	48
3.4 DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE PLANTA.....	53
3.5 DISEÑO DE LA PLANTA.....	53
3.5.1.....	58
3.6 COSTOS DE TERRENOS Y OBRAS CIVILES.....	58
3.7 ESPECIFICACIONES.....	60
3.7.1 EQUIPOS DE GIMNASIO.....	61
3.7.2 INSUMOS.....	63
3.8 ESCOGENCIA DE LA TECNOLOGÍA DEL PRODUCTO.....	65
3.9 VIDA ÚTIL DEL PROYECTO.....	65
3.10 COSTOS DE MANTENIMIENTO Y SEGUROS.....	65
3.10.1 COSTOS DE MANTENIMIENTO.....	65
3.10.2 COSTOS DE SEGUROS.....	66
3.11 MANO DE OBRA DIRECTA.....	67
3.12 SISTEMAS DE CONTROL DE CALIDAD.....	68
<b>4. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO.....</b>	<b>70</b>
4.1 ESTRUCTURACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO.....	70
4.1.1 PLAN DE INVERSIONES.....	70
4.1.2 FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	70
4.1.3 DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES.....	72
4.1.3.1 ACTIVOS FIJOS.....	72
4.1.3.2 ACTIVOS DIFERIDOS.....	72
4.1.4 PROGRAMA DE VENTAS.....	73
4.1.5 COSTOS OPERATIVOS.....	74
4.1.5.1 COSTOS DIRECTOS.....	74
4.1.5.2 COTOS INDIRECTOS.....	74
4.1.6 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS.....	75
4.1.7 CAPITAL DE TRABAJO.....	75
4.1.8 FLUJO DE CAJA.....	76
4.1.9 DETALLE DE PROYECCIONES DE INGRESOS.....	78
4.1.10 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS.....	78
4.1.11 BALANCE GENERAL.....	80
4.2 EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	83
4.2.1 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	83
4.2.2 ÍNDICES FINANCIEROS.....	84
4.2.2.1 TMAR.....	84
4.2.2.2 VAN.....	85
4.2.2.3 TIR.....	85
4.3 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO.....	86
4.3.1 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	86
4.3.1.1. ESCENARIO PESIMISTA.....	86
4.3.1.2 ESCENARIO OPTIMISTA.....	86
4.4 ANÁLISIS SIN APALANCAMIENTO.....	87
4.4.1 TMAR.....	89
4.4.2 VAN.....	89

4.4.3 TIR.....	89
4.4.4 PAYBACK.....	89
<b>5. IMPACTO DEL PROYECTO DE INVERSIÓN.....</b>	<b>90</b>
5.1 CONDICIONES GENERALES.....	90
5.1.1 CARACTERISTICAS DE LAS INSTALACIONES... ..	90
5.1.2 CARACTERISTICAS DEL AGUA.....	92
5.1.3 TRATAMIENTO DEL AGUA.....	93
5.1.4 RECIRCULACIÓN DEL AGUA.....	94
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	95
6.1 CONCLUSIONES.....	95
6.2. RECOMENDACIONES.....	97
BBIBLIOGRAFIA.....	99
ANEXOS.....	100
ANEXO 1.....	101
ANEXO 2.....	102
ANEXO 3.....	104
ANEXO 4.....	105

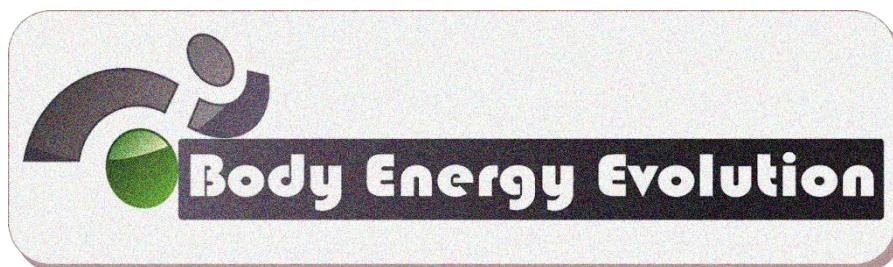


## **1. PRESENTACIÓN ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO**

### **1.1 NOMBRE DE LA EMPRESA**

De acuerdo a los elementos que se asocian al servicio que ofrecemos tales como salud, cuerpo, ejercicio y fitness, hemos determinado el nombre de la empresa como "BODY ENERGY EVOLUTION" y para poder representarlo hemos escogido el siguiente logotipo:

**FIGURA 1.1**



### **1.2 CV RESUMIDO DE EMPRENDEDORES**

Este gimnasio se está implementando con la idea de los emprendedores y futuros ingenieros de Gestión Empresarial Internacional, jóvenes de 23 y 27 años respectivamente, ecuatorianos, solteros, los mismos que se caracterizan por ser responsables, ambiciosos y creativos, especializados en plan de negocios y la manera de llevarlos a cabo, contando con la ayuda y experiencia de un familiar en la implementación de nuevos proyectos.

### **1.3 IDEA DE PRODUCTO**

La imagen que cada persona proyecta es definitiva a la hora de alcanzar sus metas. Una primera impresión es muy difícil de cambiar, por eso se debe impactar desde el principio. Siempre una imagen es proyectada no solo por lo físico, sino también por la salud y es que verse y sentirse bien son llaves que abren muchas puertas, dan a la persona seguridad, autoestima y relajación. Y para los que desean saber cómo defenderse en

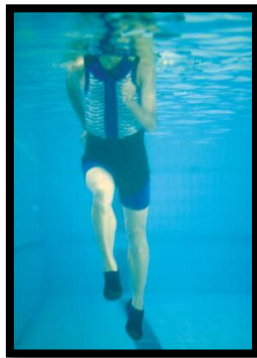
ciertas situaciones también tenemos opciones, las mismas que sirven y ayudan para que las personas se sientan mejor consigo mismo.

Por eso hemos optado por esta idea, en donde ofrecemos una rutina de ejercicios como Aquafit, Aeróbicos y CardioJam, Pole dance y actividades de defensa personal como Combate real (defensa personal) y el arte marcial Jiu Jitsu

- **AQUAFIT**

Aquafit es una combinación de carrera en el agua y gimnasia acuática que le ayudará a recuperar su forma física aumentando así su calidad de vida. El entrenamiento de la resistencia y la gimnasia acuática son una forma muy efectiva de combatir las patologías cardiovasculares y el dolor de espalda. Con otras palabras, podrá entrenar la resistencia, la fuerza, la coordinación y la movilidad, y mejorar así notablemente su condición física. (VER FIGURA 1.2)

**FIGURA 1.2**



Esta actividad tendrá una duración de una hora en donde se realizarán las siguientes rutinas:

1. Calentamiento
2. Gimnasia acuática
3. DeepWaterRunning

#### 4. Finalización de la carrera y relajación

El orden y la duración de cada una de las secuencias están basados en conocimientos científicos del entrenamiento y por lo tanto están predeterminados. Pero el cliente tiene la posibilidad de estructurar individualmente la duración y la intensidad de los ejercicios.

- **AERÓBICOS Y CARDIO JAM**

Los aeróbicos son una disciplina deportiva en la que se realiza un trabajo aeróbico a ritmo de música donde la intensidad es moderada y la duración del esfuerzo es prolongada.

A nivel físico mejora la capacidad cardiovascular y el consumo máximo de oxígeno, contribuye a la reducción de grasas corporales, retrasa la descalcificación de los huesos y a nivel psicológico se logra la descarga de tensión y se afianza la seguridad auto personal.

Los ejercicios se darán en un tiempo de una hora y están distribuidos de la siguiente manera:

- 1 Calentamiento 10 min.
- 2 Aerobic bajo impacto 5 min.
- 3 Aerobic bajo / alto impacto 15-20 min.
- 4 Trabajo localizado 15 min.
- 5 Steps 20 min. (VER FIGURA 1.3)
- 6 Enfriamiento II, Flexibilidad y Relajación 5-7 min.

**FIGURA 1.3**



- **POLE DANCE**

El Pole Dance es una disciplina artístico-deportiva que combina de forma armoniosa danza, acrobacia y fitness utilizando elementos de distintas danzas combinándolas con la barra vertical de acero. (VER FIGURA 1.4)

Siempre serán presentadas en diferentes dinámicas de una hora, las que comúnmente serán de la siguiente manera:

1. estiramiento leve
2. técnica de trucos
3. secuencias coreográficas
4. estiramiento intensivo

**FIGURA 1.4**



- **COMBATE REAL**

El combate real no es un deporte, es un sistema que desarrolla efectividad en combate, efectividad no solo uno a uno y a manos vacías, sino en confrontaciones con armas y oponentes múltiples. Este sistema está enfocado tanto para hombres como para mujeres (VER FIGURA 1.5), lo cual empieza con el entrenamiento seguido por las diferentes técnicas dadas en sesiones de una hora.


**FIGURA 1.4**





- **JIU JITSU**


Es una expresión japonesa que significa "arte de la sumisión". Este curioso título surge porque las clásicas técnicas del Jiu-Jitsu utilizan la fuerza del oponente contra él mismo. El agresor ataca, pero en lugar de devolver el ataque, tú estás de acuerdo con él, y lo arrastras hacia ti. Utilizar la fuerza de esta manera significa que no tienes que confiar en tener una fuerza superior para ganar.


Las habilidades en Jiu-Jitsu son catalogadas a través de una escala de progresión conocida como sistema de graduación. El sistema de graduación mide los progresos e indica el nivel de destreza que el estudiante ha alcanzado por medio de cinturones de color. El siguiente esquema muestra los grados que se utilizarán y el tiempo mínimo necesario para conseguirlos:


 **Cinturón blanco**  
5 meses

 **Cinturón amarillo**  
6 meses

 **Cinturón naranja**  
7 meses

 **Cinturón verde**  
8 meses

 **Cinturón azul**  
10 meses

 **Cinturón marrón**  
1 año



<b>Cinturón</b>		<b>negro:</b>	
1	Dan:	2	años
2	Dan:	3	años
3	Dan:	4	años
4	Dan:	5	años
5	Dan:	6	años
6	Dan:	7	años
7	Dan:	8	años
8	Dan:	9	años
9	Dan:	10	años

La edad mínima para obtener el cinturón negro son los 18 años, por lo que no se tendría inconveniente ya que el mercado objetivo es a partir de los 21 años. Para que los niños puedan alcanzar esa edad mínima reglamentaria, tienen un grado intermedio entre cada cinturón

combinando los dos colores, por ejemplo blanco-amarillo, amarillo-naranja, naranja-verde, y así sucesivamente hasta el negro.

También podría ser practicado mujeres, no solo para hombres. (VER FIGURA 1.6)

**FIGURA 1.6**



#### **1.4 IDEA DE NEGOCIO**

En este gimnasio se ofrecen 5 diferentes actividades, las mismas que podrán estar a disposición del cliente para que las elijan realizar durante el día en rutinas de una hora cada una.

Cada una de las actividades tiene un costo de \$45.00 mensuales por cada una de ellas. En caso de querer practicar más de una actividad por mes, se ofrece a los clientes ciertos paquetes promocionales tales como:

- Si escoge una segunda actividad, la segunda podrá escogerla a mitad de precio, es decir, en \$22,50 mensualmente.
- Si presenta un referido, el costo de su siguiente mensualidad será a mitad de precio, es decir, \$22,50.

## **1.5 TIPO DE EMPRESA**

Nuestra compañía será constituida como una Compañía Anónima. Hemos elegido este tipo de compañía ya que el capital, podrá ser dividido en acciones negociables, el mismo que estará conformado por la aportación de los cinco accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones y no por las deudas sociales.

A continuación, presentamos las ventajas y desventajas que representa ser una empresa de este tipo:

### **VENTAJAS**

- Se pueden transmitir las acciones mediante su venta.
- Los acreedores tienen derecho sobre los activos de la compañía, no sobre los bienes de los accionistas.
- El dinero que los accionistas arriesgan al invertir en una Sociedad Anónima se limita al valor de su inversión.
- Obtención de crédito.
- Cada socio participa directamente en los beneficios.

### **DESVENTAJAS**

- Exige capital mínimo para constituirse.
- Requiere una forma más compleja de organización y una Junta de accionistas al año como mínimo
- Obligación de depositar cuentas anuales en Registro Mercantil

## **1.6 ACCIONISTAS**

Los accionistas del gimnasio serán cinco, cuyas acciones estarán divididas de la siguiente manera:



**FIGURA 1.7**

<b>Nombre de los Accionistas</b>	<b>V. Acción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>T. Aportación</b>	<b>%</b>
Accionista 1	\$ 65,63	300	\$ 19.687,97	30,00%
Accionista 2	\$ 65,63	300	\$ 19.687,97	30,00%
Accionista 3	\$ 65,63	200	\$ 13.125,31	20,00%
Accionista 4	\$ 65,63	100	\$ 6.562,66	10,00%
Accionista 5	\$ 65,63	100	\$ 6.562,66	10,00%
<b>TOTAL APORTACIONES</b>		<b>1000</b>	<b>\$ 65.626,56</b>	<b>100,00%</b>

La participación accionaria está dividida en 1000 acciones, al costo unitario de \$65,63 cada una de ellas.

### **1.7 LA ADMINISTRACIÓN**

La persona principal dentro de la organización es el Gerente General, el mismo que tendrá que cumplir con ciertas obligaciones, tendrá ciertas responsabilidades y también contará con beneficios los mismos que serán presentados a continuación:

#### **GERENTE GENERAL**

<b><u>RESPONSABILIDADES</u></b>
- Representar judicial y extrajudicialmente a la Compañía, siempre que sea necesario;
- Puntualizar responsabilidades a todos los colaboradores;
- Asegurarse que cada departamento esté cumpliendo con la rentabilidad y cierto grado de eficiencia dentro de la compañía.
<b><u>OBLIGACIONES</u></b>
- Supervisar el desempeño de todos sus colaboradores.
- Supervisar y revisar los informes de las labores de sus subordinados.

- Participar en la elaboración y planificación estratégica de la Compañía.
- Establecer objetivos;
- Definir y priorizar proyectos, planes, acciones y metas del área para alcanzar los objetivos,
- Administración de la imagen de la organización, planificación y administración de la estrategia de negocios,
- Evaluación del mercado, competencia, posicionamiento, evaluación de la satisfacción del cliente,
- Despliegue desarrollo de estrategia de negocios (clientes, servicios precios, distribución y promoción),
- Monitoreo control de la estrategia de negocios,
- Evaluación cumplimiento de resultados proyectados vs. reales,
- Planificación administración de los procesos y recursos,
- Planificación de las actividades de la gestión del área,
- Definición de indicadores de desempeño

### **BENEFICIOS**

- Seguro de salud privado, para el Gerente y su familia;
- Acceso gratuito a todas las actividades del gimnasio para él y para sus hijos y cónyuge;
- Beneficios de ley.

## 1.8 ORGANIGRAMA

El organigrama estructural del gimnasio Body Energy Evolution es el siguiente:

**FIGURA 1.8**



## 1.9 DISTRIBUCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

A continuación detallaremos las responsabilidades, obligaciones y beneficios de los diferentes cargos funcionales dentro del gimnasio:

## **ASISTENTE DE GERENCIA - RECEPCIONISTA**

### **RESPONSABILIDADES**

- Lograr un excelente funcionamiento de la recepción, información, inscripción y cobros de los clientes del gimnasio.
- Atender las necesidades e inquietudes tanto del cliente como del Gerente General

### **OBLIGACIONES**

- Atender la recepción del gimnasio.
- Dar información del gimnasio a posibles clientes.
- Realizar procesos de inscripción de los nuevos clientes.
- Organizar a los clientes por grupos y horarios y controlar acorde a capacidad instalada por hora.
- Presentar informes a la Gerencia.
- Recibir llamadas telefónicas y canalizarlas correctamente.
- Enviar y recibir correspondencia.
- Recibir pagos de mensualidades de clientes.
- Realizar el cierre de caja.
- Cualquier otra función que se le asigne inherente al cargo.

### **BENEFICIOS**

- Seguro de salud privado, para el empleado y su familia;
- Acceso gratuito a todas las actividades del gimnasio para el empleado, para sus hijos y cónyuge;
- Beneficios de ley.

## **JEFE ADMINISTRATIVO**

### **RESPONSABILIDADES**

- Dirigir, controlar y coordinar las funciones administrativas y/o financieras de del gimnasio.
- Asegurar la disponibilidad oportuna y aprovechamiento adecuado de los recursos financieros del gimnasio.

### **OBLIGACIONES**

- Coordinar las actividades de los departamentos que tiene a su cargo.
- Elaborar el presupuesto de la gerencia y de sus departamentos a cargo.
- Elaborar informes mensuales de la situación económica de la empresa.
- Realizar la selección del personal
- Cualquier otra función que se le asigne inherente al cargo.

### **BENEFICIOS**

- Seguro de salud privado, para el empleado y su familia;
- Acceso gratuito a todas las actividades del gimnasio para el empleado, para sus hijos y cónyuge;
- Beneficios de ley.

## **JEFE DE GIMNASIO**

### **RESPONSABILIDADES**

- Coordinar el manejo de las rutinas de los distintos ejercicios y programas para cada cliente.
- Asegurar el cumplimiento de las actividades, metas y objetivos de sus empleados.
- Elaborar planes de motivación dirigidos a cada persona de acuerdo a sus necesidades.

### **OBLIGACIONES**

- Supervisar y controlar las rutinas de los diferentes clientes
- Apoyar a los Instructores en la elaboración, ejecución y control de las rutinas de cada ejercicio.
- Velar por el cumplimiento de las metas y objetivos de los clientes.
- Elaborar los reportes detallados de cada cliente con la frecuencia mínima requerida (mensual y trimestral).
- Realizar entrevistas periódicas a los clientes en conjunto con los instructores.

### **BENEFICIOS**

- Seguro de salud privado, para el empleado y su familia;
- Acceso gratuito a todas las actividades del gimnasio para el empleado, para sus hijos y cónyuge;
- Beneficios de ley.

## **ASISTENTE CONTABLE**

### **RESPONSABILIDADES**

- Aplicar las normas y procedimientos definidos en el área administrativa.
- Lograr resultados oportunos y garantizar la prestación efectiva del servicio.

### **OBLIGACIONES**

- Participar en el estudio y análisis de nuevos procedimientos y métodos de trabajo en la unidad.
- Llenar formatos de órdenes de pago por diferentes conceptos, tales como: pagos a proveedores, pagos de servicio, ayudas, avances a justificar, y otras asignaciones especiales.
- Realizar seguimiento a los pagos para su cancelación oportuna.
- Realizar registros contables.
- Entregar los cheques correspondientes a la nómina, revisar los recibos y enviarlos al archivo correspondiente.
- Tramitar los depósitos y retiros bancarios y llevar registro de los mismos.
- Redactar y transcribir correspondencia y documentos diversos.
- Llevar el control de la Caja Chica.
- Coordinar y hacer seguimiento a las acciones administrativas emanadas por la unidad.
- Llevar y mantener actualizado el archivo, registros, libros contables,

entre otros.

- Elaborar solicitud de cotizaciones a los proveedores previamente seleccionados.
- Informar a los proveedores sobre la cancelación de las facturas.
- Cualquier otra función que se le asigne inherente al cargo.

### **BENEFICIOS**

- Seguro de salud privado, para el empleado y su familia;
- Acceso gratuito a todas las actividades del gimnasio para el empleado, para sus hijos y cónyuge;
- Beneficios de ley.



## **ASISTENTE DE MARKETING Y VENTAS**

### **RESPONSABILIDADES**

- Planificar, coordinar y controlar las funciones de mercadeo
- Identificar las necesidades de los clientes para mejorar el servicio.

### **OBLIGACIONES**

- Planificar las estrategias de captación de nuevos clientes y nuevos mercados
- Elaborar, ejecutar y controlar el presupuesto de gastos y ventas.
- Preparar los reportes detallados de ventas, relacionados al presupuesto de ventas, con la frecuencia mínima requerida (semanal).
- Buscar nuevas oportunidades de negocio para la empresa.
- Promocionar y vender los servicios de Body Energy Evolution.
- Preparar los reportes detallados por gastos de publicidad (mensual).

### **BENEFICIOS**

- Seguro de salud privado, para el empleado y su familia;
- Acceso gratuito a todas las actividades del gimnasio para el empleado, para sus hijos y cónyuge;
- Beneficios de ley.

## **INSTRUCTOR**

### **RESPONSABILIDADES**

- Elaborar la rutina de su actividad, manteniéndolas entretenidas sin descuidar el objetivo principal de mejorar salud y cuerpo de los clientes.
- Tomar el mando de las clases asignadas.

### **OBLIGACIONES**

- Realizar el calentamiento específico para el ejercicio o rutina a iniciarse.
- Iniciar la clase con ejercicios de bajo impacto e ir aumentando gradualmente
- Llevar la clase según el plan elaborado, supervisando que los ejercicios se realicen correctamente para evitar lesiones en los alumnos.
- Terminar la clase y satisfacer cualquier inquietud del cliente

### **BENEFICIOS**

- Seguro de salud privado, para el empleado y su familia;
- Acceso gratuito a todas las actividades del gimnasio para el empleado, para sus hijos y cónyuge;
- Beneficios de ley.

## 1.10 GOBIERNO CORPORATIVO

Dado que el gimnasio se encuentra conformado por 5 accionistas, se definirá a continuación las responsabilidades, obligaciones y beneficios de la junta de accionistas.

### **JUNTA DE ACCIONISTAS**

<b><u>RESPONSABILIDADES</u></b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Reunirse con el Gerente General de la compañía, cada vez que sean convocados por el mismo, para la revisión de los balances y/o repartición de utilidades con ocho días de anticipación.</li></ul>
<b><u>OBLIGACIONES</u></b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Ejercer las facultades y cumplir con las obligaciones que la ley y los estatutos señalan como de su competencia privativa</li><li>- Elegir y remover al Presidente y/o Gerente General y fijar su remuneración</li><li>- Aprobar las cuentas y los balances que presente el Gerente General</li><li>- Resolver acerca de la forma de reparto de utilidades</li><li>- Decidir acerca del aumento o disminución del capital social y la prórroga del contrato social</li><li>- Autorizar la concesión de garantías por cualquiera que sea su monto</li></ul>
<b><u>BENEFICIOS</u></b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Las decisiones serán tomadas por mayoría absoluta de votos de los accionistas, representando el 70% mínimo, entendiéndose que el accionista tiene derecho a un voto por cada 10%, los votos en blanco y las abstenciones, se sumarán a la mayoría.</li><li>- Las utilidades se repartirán a los accionistas en proporción al porcentaje de sus acciones.</li></ul>

## 1.11 GASTOS ADMINISTRATIVOS

A continuación, presentamos los gastos administrativos del gimnasio que representan los sueldos de los empleados y los costos de la puesta en marcha del negocio:

**FIGURA 1.9**

<b>GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>				
<b>No.</b>	<b>Cargo</b>	<b>Sueldo mensual</b>	<b>Mensual inc. benef.</b>	<b>Anual</b>
1	Gerente General	\$ 500,00	\$ 631,25	\$7.575,00
2	Jefe Administrativo	\$ 400,00	\$ 509,40	\$ 6.112,80
3	Jefe de Gimnasio	\$ 300,00	\$ 387,55	\$ 4.650,60
4	Asistente Contable	\$ 300,00	\$ 387,55	\$ 4.650,60
5	Asistente de Marketing y Ventas	\$ 264,00	\$ 343,68	\$ 4.124,21
6	Conserje	\$ 264,00	\$ 343,68	\$ 4.124,21
7	Asistente Gerencia/ Recepcionista	\$ 264,00	\$ 343,68	\$ 4.124,21
<b>TOTAL SUELDOS Y SALARIOS</b>		<b>\$2.292,00</b>	<b>\$ 2.946,80</b>	<b>\$ 35.361,62</b>

**FIGURA 1.10**

<b>GASTOS PRE-OPERACIONALES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANT.</b>	<b>C. UNITARIO</b>	<b>C. TOTAL</b>
Gastos de Organización	1	\$ 850,00	\$ 850,00
Gastos de Patentes	1	\$ 320,00	\$ 320,00
Gastos Pre-operativos	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.670,00</b>

## 1.12 PLAN ESTRATÉGICO

### 1.12.1 MISIÓN

Brindar un servicio de calidad, totalmente comprometido e interesado hacia la comunidad Guayaquileña, ofreciendo varias alternativas de innovación, a fin de mantenerlos en óptimas condiciones físicas, de mejorar la calidad de vida y estado de salud mediante una verdadera práctica deportiva.

### 1.12.2 VISIÓN

“Ser reconocidos en la ciudad siguiendo un mismo estilo y bajo una misma dirección y control, brindando un ambiente cálido, agradable y familiar teniendo e implementando equipos de gimnasio adecuado y de última tecnología.”

### 1.12.3 FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

A continuación, presentamos el análisis FODA de la compañía:

FIGURA 1.11

<b><u>FORTALEZAS</u></b>	<b><u>DEBILIDADES</u></b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Precios Económicos</li><li>• Talento Humano especializado, capacitado y competitivo</li><li>• Incremento de Personas que asisten a gimnasios</li><li>• Ubicación de lugar estratégicamente comercial</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Somos nuevos en el mercado</li><li>• Necesidad de inversión alta</li><li>• Falta de uso de tecnología</li><li>• Emprendedores inexpertos en gimnasios</li></ul>
<b><u>OPORTUNIDADES</u></b>	<b><u>AMENAZAS</u></b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• incremento en la demanda de gimnasios</li><li>• Precio promedio atractivo localmente</li><li>• Facilidades para obtener créditos para emprendedores nuevos</li><li>• Situación económica del país en crecimiento de mejora</li><li>• Actividades de gran aceptación en el mercado</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• La volatilidad de factores económicos: inflación, desempleo, etc.</li><li>• Barreras de mercado: impuestos y nuevas leyes</li><li>• Alta competencia en la misma industria</li><li>• Inestabilidad económica y política</li><li>• Tendencia de clientes a cambiar rápidamente de preferencias</li></ul>

## 2. PLAN DE MARKETING

### 2.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

#### 2.1.1 TARGET

Body Energy Evolution está dirigido a los consumidores que tengan especialmente las siguientes características tomando en cuenta las diferentes variables tales como localización, sexo y edad.

Hombres y mujeres que se hallen en el rango de edad más representativo que es entre los 21 y 35 años quienes son los que más tienden a realizar actividades físicas constantemente para verse y sentirse bien, especialmente a quienes vivan en el norte de la ciudad de Guayaquil y que estén económicamente activos.

#### 2.1.2 INFORME DE LA COMPETENCIA

A pesar de no ser una competencia directa para el gimnasio a continuación se nombrarán los 5 principales y más concurridos gimnasios de la ciudad de Guayaquil ubicados al norte de la ciudad, contiguo a la ubicación del gimnasio. Estos son hasta la fecha los más completos:

- **Gold'sGym (Av. Francisco de Orellana Edificio WorldTrade Center (planta baja))**

Es la mayor cadena de gimnasios del mundo, reconocidos por su pasión, el patrimonio y la experiencia como la autoridad en el gimnasio. Según se indica cuentan con el mejor equipo de entrenadores y el pleno conocimiento de rutinas tales como fitness, los cuales están disponibles para ayudar a sus miembros a alcanzar su potencial individual.

Ofrecen clases de Pilates, Aeróbicos, Yoga, Kidfit, Zumba, cuentan con 147,953 seguidores en facebook, y 9,594 seguidores en Twitter, poseen su propia página web desde donde se puede realizar inscripciones.

Ofrece diferentes costos como es \$50 mensuales con promociones tales como \$135 por 3 meses, \$235 semestral y \$420 anual.



- **Gimnasio Nautilus Guayaquil (Kennedy vieja – Calle única No. 100 y Av. del Periodista)**

Este gimnasio ofrece fortalecimiento muscular, rehabilitación, físico culturismo, aumento y reducción de peso corporal. Poseen su propia página web. Cuenta con clases de aeróbicos, baile, gimnasia oriental y dirigida, JiuJitsu, Capoeira, sauna y vapor y Crossfit, además de máquinas para ejercitarse. Atienden: lunes a viernes de 06:00 a 22:00 y sábados de 08:00 a 15:00. El precio del gimnasio es de \$35 mensuales por cualquiera de las actividades que ofrece, excepto Crossfit que tiene un costo de \$40 mensuales por 45 minutos cada sesión.



- **Gimnasio Segale (Cdla. La Garzota, Guillermo Pareja Rolando Mz 29 villa 15)**

Este gimnasio funciona también como spa, que al inicio solo ofrecía charlas de nutrición y ejercicios, y ahora ha implementado aromaterapia,

masajes, pesas, aeróbicos y cafetería. No poseen página web, poseen una cuenta en Facebook con 1,500 seguidores. El costo de este servicio mensual es de \$90.00 con una inscripción de \$110,00 anuales.



- **HyperGym (Cdla. Urdesa, Víctor E. Estrada 1106 y Jiguas)**

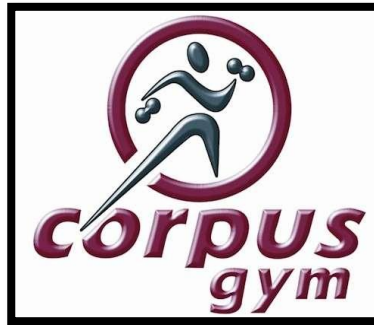
No abren los domingos y los sábados de 08:00 am a 17:00 pm los otros días de 06:00 a 24:00 de la noche. Clases: Aeróbicos, gimnasia dirigida, Gimnasia oriental, preparación física, baile, Crossfit, JiuJitsu, Capoeira. Cuentan con 2223 seguidores en Facebook y cuenta con 143 seguidores en Twitter. El costo es de \$50.00 mensual.



- **Gimnasio Corpus (Cdla. La Garzota, Mz 44, villa 33)**

Este gimnasio tiene aproximadamente 20 años en el mercado, pero desde hace 5 años se ha especializado en el único deporte llamado Crossfit, siendo pioneros en esta rama dentro del país. No poseen página web, tienen una página en Facebook con 400 amigos. Su costo mensual es de \$40.00.





### 2.1.2.1 ANÁLISIS DE SUSTITUTOS

Como sustitutos tenemos lo que son los entrenadores personales, las dietas, las maquinas que son para uso en casa en vez de ir al gimnasio. Estos sustitutos han tomado fuerza con el pasar de los años dificultando a los gimnasios ganar más clientes.

### 2.1.3 FOCUS GROUP

FIGURA 2.1



- **FINALIDAD**

El objetivo del Focus group es conocer al mercado con sus opiniones y sugerencias que ayuden a satisfacer sus necesidades con el servicio a brindarse, el mismo que fue realizado con un grupo de 7 personas.

- **OBJETIVOS**

- Establecer un precio que satisfaga al consumidor y permita funcionar sin problemas
- Conocer en que horarios preferirían hacer uso de los servicios.
- Reconocer cuál de las actividades a ofrecerse deberían ser mejoradas en orden de prestar un mejor servicio
- Establecer la ubicación del mercado
- Establecer las preferencias de las actividades brindadas

- **METODOLOGÍA**

Se presentó a los integrantes un prospecto de como sería la base del servicio, después del mismo se procedería a las preguntas tales como qué les gusta y qué no les gusta de lo que se ofrece. También lograr obtener sugerencias de aceptación de precios y de todas las actividades brindadas, donde la opinión de todos fue tomada en consideración para proceder a realizar las encuestas.

- **RESULTADOS**

El Focus Group dio buenos resultados dando a conocer ciertas cosas a cambiar como unas nuevas que aplicar. El grupo fue formado por personas que viven en diferentes partes de la ciudad lo cual permitió conocer que la ubicación del gimnasio es la correcta por motivo que los integrantes mencionaron que el norte sería el mejor lugar para el gimnasio dado que tiene bastante acceso en movilización y es una zona bastante alumbrada y segura.

Los precios que las personas estarían dispuestas a pagar serían por combos de ejercicios y no solo por uno en específico, lo que llevó a que

sea éste el conquiste para las personas al momento de comenzar el negocio.

Se mencionó también que las personas se mueven más al ritmo de la moda lo cual confirmó que el Pole Dance (Baile del tubo) es una opción de fácil aceptación, así también pasó con el Combate real que son más extremas al momento de defenderse y que la gente mencionó que el JiuJitsu que es más conocido y que si es practicado en nuestra ciudad, en los aérobicos nos mencionaron que eran muy rutinarios y que sería bueno que implementáramos también bailoterapia para hacerlo más divertido.

El precio que mencionamos por las actividades presentadas fueron consideradas como correctas al momento de una suscripción mensual pero nos dijeron que también sería bueno que se pagara por hora así si un día no iban no perderían parte de su inversión.

## 2.1.4 ENTREVISTA

FIGURA 2.2



- **FINALIDAD**

El motivo de la entrevista fue para conocer el negocio desde un punto de vista con experiencia que pueda compartir sus conocimientos de cómo manejar este tipo de negocio

- **OBJETIVOS**

- Definir la orientación (Tema) de este tipo de negocio
- Establecer cuál es la inversión requerida, para comenzar a funcionar
- Conocer las dificultades que presentan este tipo de negocios
- Establecer las estrategias utilizadas para de darnos a conocer

- **METODOLOGÍA**

Se usó en este caso una entrevista cerrada con profundidad con el propósito de obtener la mayor información necesaria al entrevistado, realizando preguntas que identifiquen lo planteado en nuestros objetivos.

- **RESULTADOS**

La entrevista fue realizada a Lcdo. Carlos Andrade dueño del gimnasio “Corpus” ubicado en la Garzota a una cuadra del Garzocentro 2000 nos brindó respuestas a pequeñas inquietudes que teníamos con respecto al iniciar un negocio de este tipo, aquí pudimos notar que aunque la competencia se aparezca ya sea con el mismo producto también continuara a flote nuestro negocio por el servicio que se brindara.

Como el Lcdo. Andrade nos mencionó que clientes suyos ahora son dueños de gimnasio en otras partes que comparten su mismo servicio, al cual lo ve no como algo malo sino como una sana competencia y que no siente la pérdida de clientes por el servicio brindado.

Él se dio a conocer en el mercado realizando la actividad de Crossfit con unos amigos, gracias al famoso boca en boca se hizo popular y dio en poco tiempo buenos resultados para el negocio. Donde no necesito de mucha publicidad más que solo de las competencias y fotos en internet.

### **2.1.5 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS**

- **FINALIDAD**

La obtención de los datos necesarios para una investigación donde seleccionamos un subconjunto de la población (Zona estratégica)

- **OBJETIVOS**

- Establecer un precio que satisfaga al consumidor y nos permita funcionar sin problemas

- Conocer en que horarios preferirían hacer uso de nuestros servicios.
- Reconocer cual de nuestros servicios como principal para nuestros clientes
- Justificar nuestra ubicación con las respuestas obtenidas
- Conocer si están a gusto nuestros clientes con el servicio que se les proporcionara

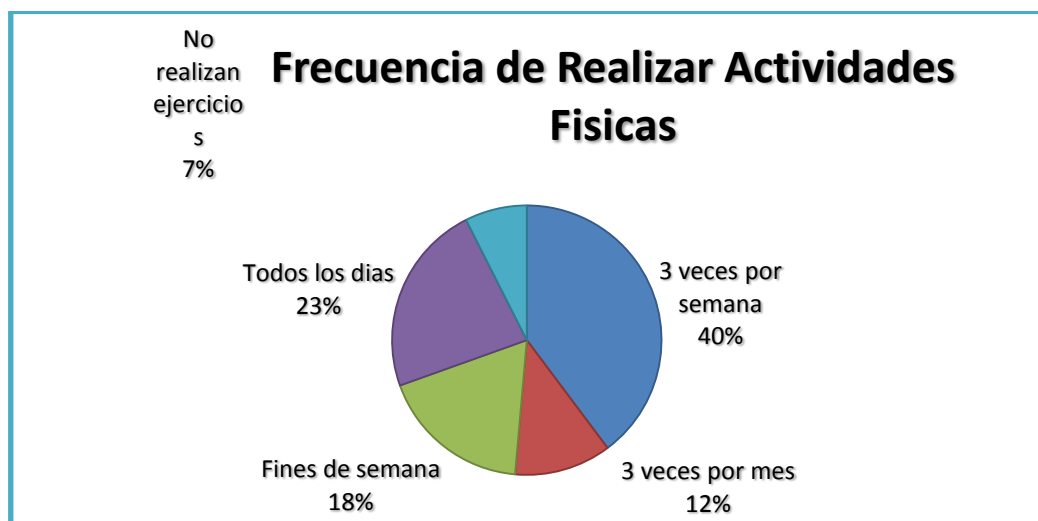
- **METODOLOGÍA**

Se realizó un “muestreo aleatoria por conglomerados” donde especificamos una zona geográfica que demuestre en este caso nuestro interés por la zona luego se realizó un “muestreo por cuotas” donde encontraríamos ya un segmento específico a probar nuestros servicios

- **RESULTADOS**

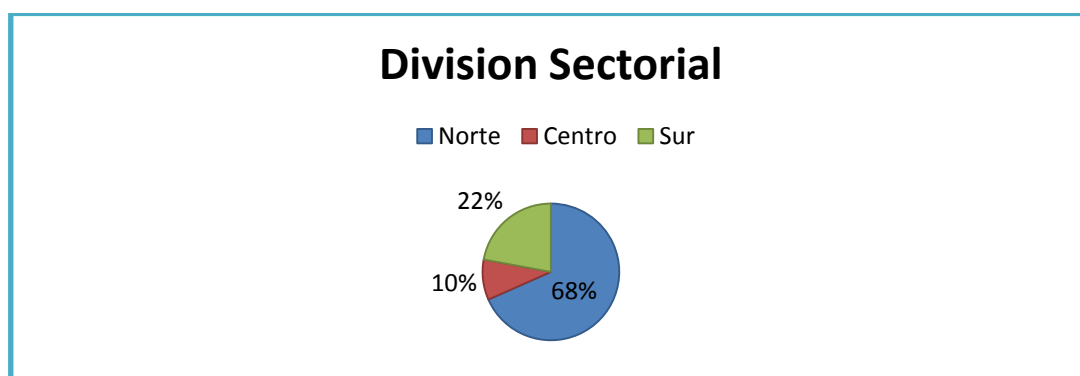
A continuación presentamos los resultados obtenidos de las encuestas realizadas, explicando de esta manera a quiénes debemos enfocarnos específicamente.

**FIGURA 2.3**



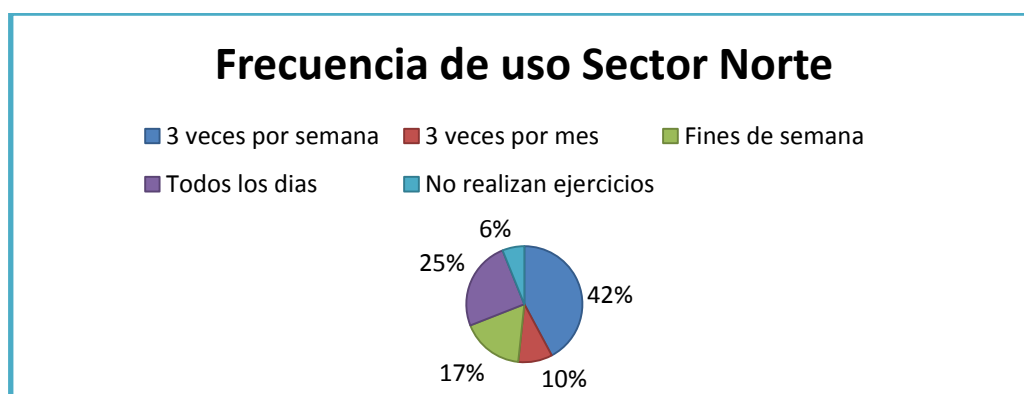
De los datos obtenidos, hemos podido observar que, hay un total de un 81% del total de los encuestados que realizan actividades físicas al menos una vez a la semana, y un 19% que no realizan ningún tipo de actividad física o que la realizan máximo 3 veces al mes. Por lo tanto, a partir de este 81% de encuestados, escogeremos nuestro mercado objetivo. VER FIGURA 2.3.

**FIGURA 2.4**



En este gráfico, podemos observar que existe un 68% de los encuestados, que se viven al norte de la ciudad, de los cuales no debemos tomar en cuenta los que no realizan ejercicios. VER FIGURA 2.4

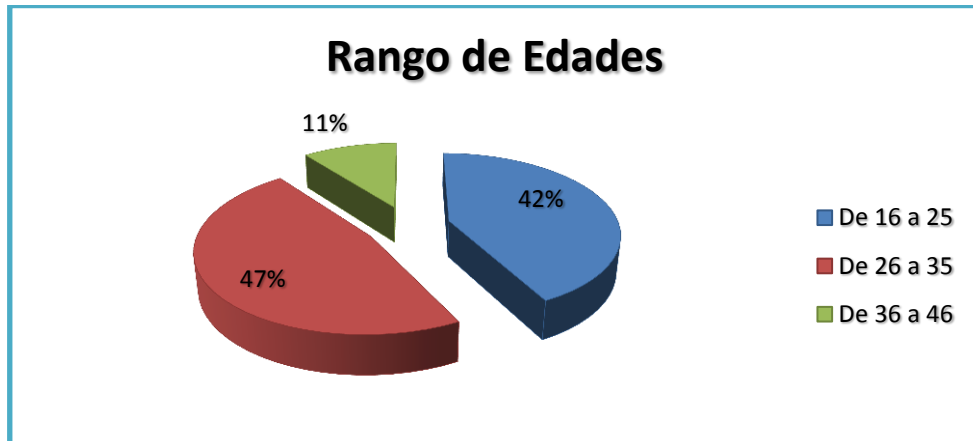
**FIGURA 2.5**



Según lo indicado anteriormente, podemos observar que existe un total del 84% de las personas que viven en el norte de la ciudad que realizan

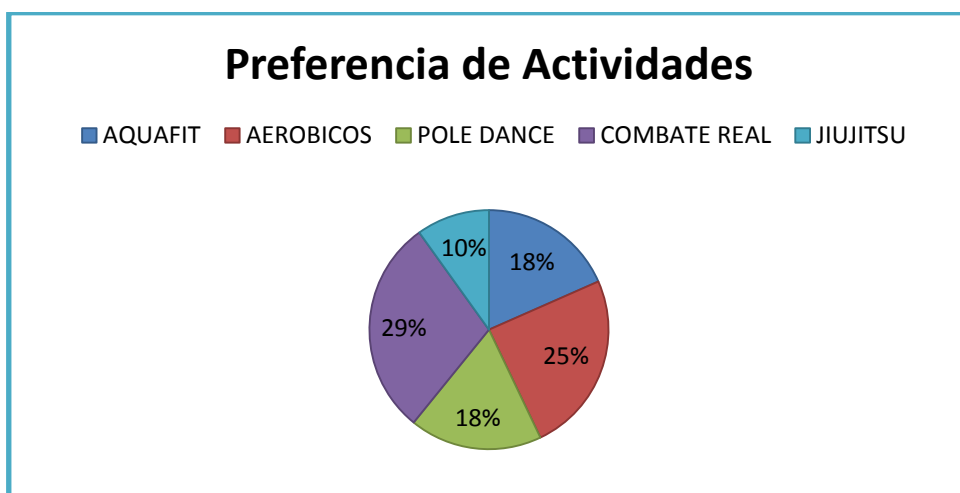
ejercicios todos los días o al menos de una a tres veces a la semana, los cuales básicamente sería nuestro mercado objetivo. VER FIGURA 2.5.

**FIGURA 2.6**



Podemos observar en este gráfico que del gráfico anterior, un 89% fluctúan entre los 16 y 35 años de edad. Por lo tanto es un mercado bastante amplio, ya que a partir de los 36 hasta los 46 años solo representan un 11% de los encuestados que realizan algún tipo de actividad física y que viven al norte de la ciudad. VER FIGURA 2.6. Sin embargo notamos que la mayor concentración es desde los 21 años

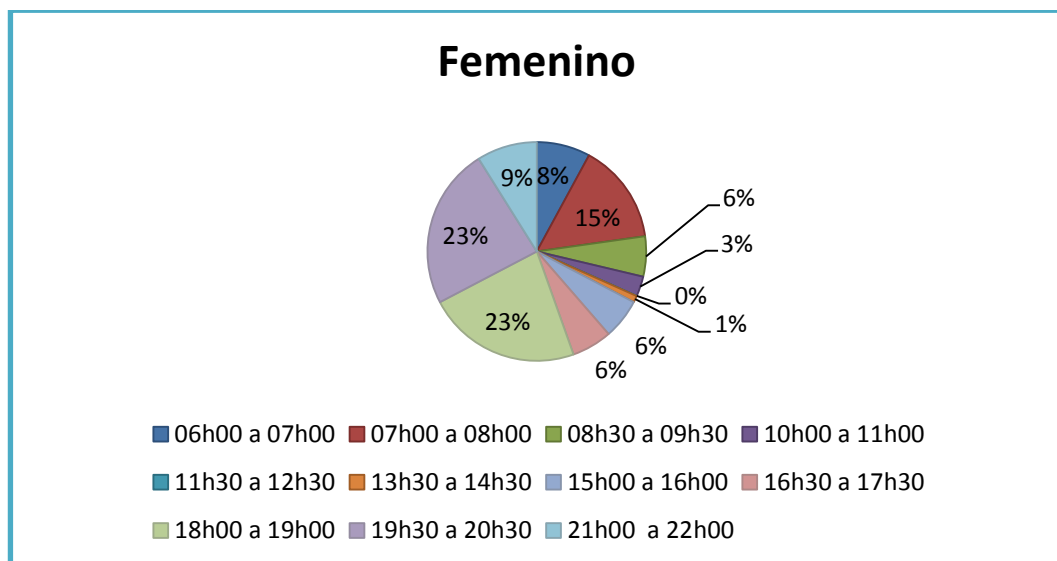
**FIGURA 2.7**



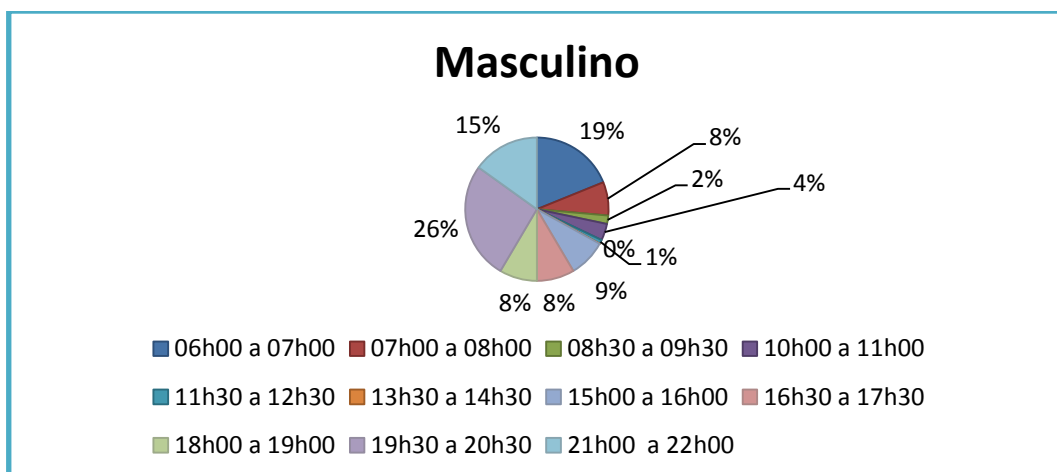


Dentro de las actividades que ofrecemos, podemos observar que existe una aceptación de los ejercicios ofrecidos significativa, con la excepción del JiuJitsu que obtuvo el porcentaje menor, el mismo que podríamos sujetarlo a cambios, sin embargo sería una buena opción ponerlo a prueba. VER FIGURA 2.7.

**FIGURA 2.8**



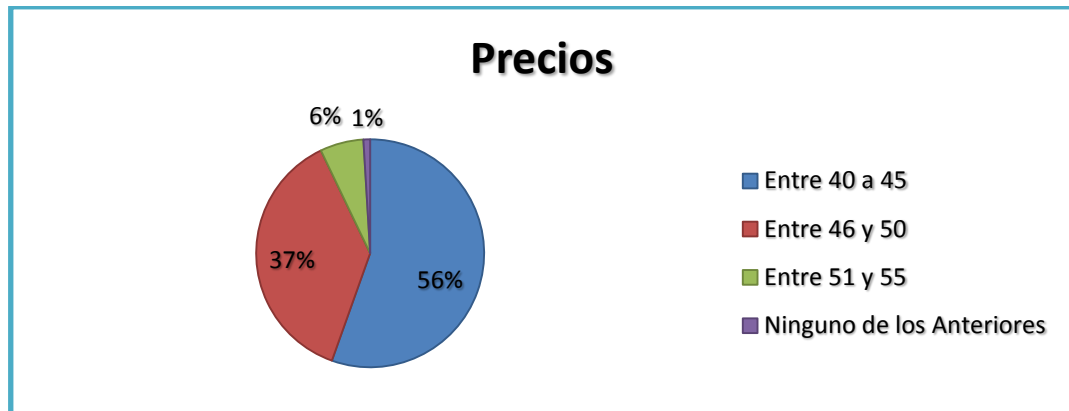
**FIGURA 2.9**



Se puede notar que los horarios de mayor actividad e ingreso para el gimnasio será en las horas de la mañana desde las 06h00 hasta las 11h00

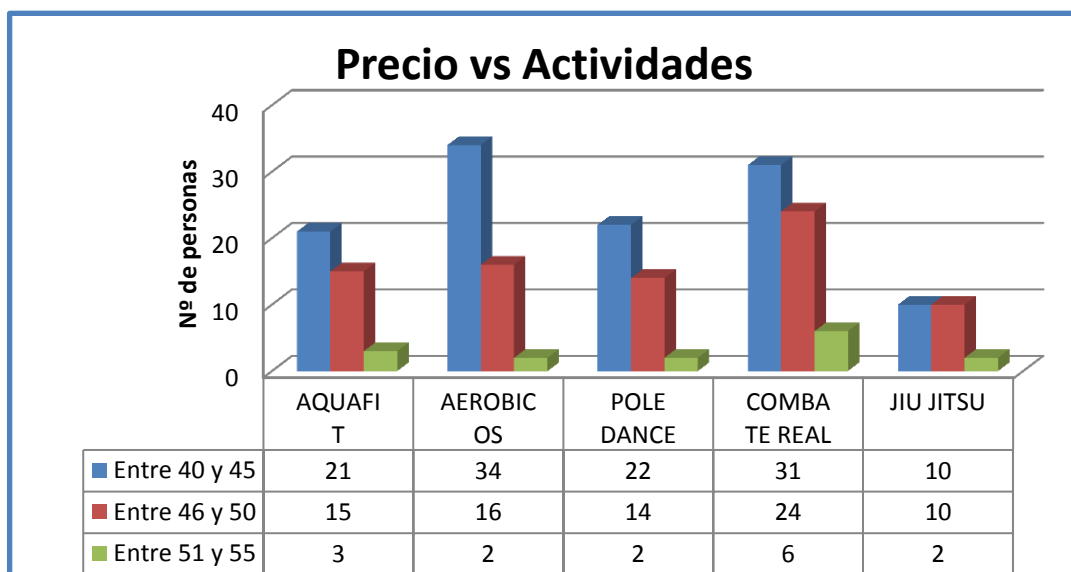
y en la tarde desde las 15h00 hasta las 22h00, desde las 11h30 hasta las 14h30 son nulas las preferencias. Estos horarios se aplican tanto a hombres como a mujeres. VER FIGURA 2.8 Y 2.9.

**FIGURA 2.10**



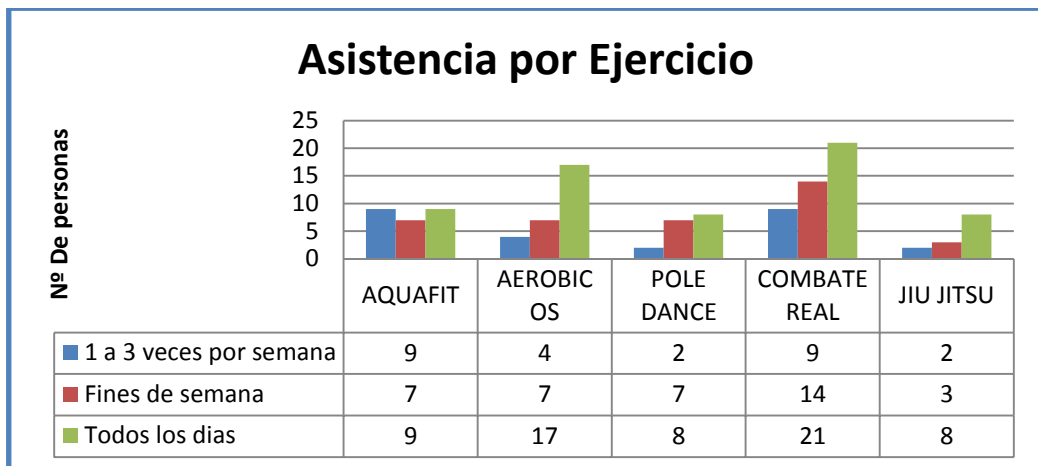
Es evidente que los precios por el que optaron los encuestados está en el primer rango de \$40 a \$45, sin embargo hay un 37% de personas que están dispuestos a pagar los valores del segundo rango de \$46 a \$50. VER FIGURA 2.10.

**FIGURA 2.11**



Después de analizar las respuestas positivas considerando la opción 1 de respuesta de los encuestados y tenemos que hay mayor aceptación por el precio de “Entre 40 y 45 dólares” y algo también considerable en el precio de “Entre 46 y 50 dólares” lo que nos permite optar por ambos precios sin perder a alguno de nuestros clientes.

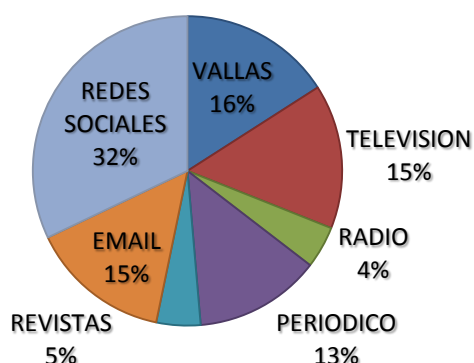
**FIGURA 2.12**



En este estudio nos podemos dar cuenta que hay una gran asistencia en los ejercicios de “combate real” en todos los días y fines de semana seguido muy de cerca por los “aeróbicos” en los misma frecuencia de ahí en adelante para los otros ejercicios tienen una asistencia regular en los que es 3 veces por semana y todos los días que nos permitiría tener una afluencia de clientes de manera regular hasta ganar más clientes.

**FIGURA 2.13**

## Como darse a conocer



En lo que respecta a las preferencias de medios de comunicación de los entrevistados, se puede notar que podremos captar a la mayor cantidad de clientes mediante las redes sociales ya que un 32% de la muestra coincide en que es preferible darnos a conocer por este medio, seguido también con un 16% por las vallas publicitarias y un 15% mediante correos electrónicos y mediante la televisión. VER FIGURA 2.13.

## 2.2 PROPUESTAS DE MERCADO

### 2.2.1. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Nuestro mercado está enfocado a jóvenes y adultos entre 21 a 35 años de edad quienes buscan estar en buena condición física y gozar de buena salud en cuerpo y mente.

La población de la ciudad de Guayaquil es de 2.350.915, de los cuales 1.158.221 corresponde a los hombres y 1.192.694 son mujeres, según El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos que se llevó a cabo el 28 de noviembre de 2010. Por lo tanto obtendremos los siguientes datos:

Habitantes de Guayaquil	2.350.915 <sup>9</sup>	
Personas de la parroquia Tarqui	705.275	(30% de habitantes)

<sup>9</sup>INEC (año 2011) Recuperado de <http://www.inec.gob.ec>

Personas que realizan actividades físicas 275.057 (39% de habitantes)

Según los resultados obtenidos, nuestro mercado representa un total de 275.057 personas que podrían asistir a nuestro gimnasio de acuerdo a las características a las que nos enfocamos principalmente.

### **2.2.2 PRODUCTO O SERVICIO**

Nuestro gimnasio ofrecerá un servicio dedicado a satisfacer una necesidad personal de nuestros consumidores, el mismo que será proporcionado por profesionales capacitados, especialistas en las diferentes actividades que ofrecemos. Dado que el servicio requiere de la presencia del cliente, incluimos en nuestro servicio la decoración y la infraestructura ambientada de una manera adecuada acorde a la actividad a realizarse.

Body Energy Evolution ofrecerá diferentes actividades tales como:

- **AQUAFIT**

Este servicio ofrece básicamente la realización de ejercicios en el medio acuático. Cada sesión estará dirigida por un instructor profesional que se encargará de adaptar las clases y rutinas acorde a las capacidades de cada cliente. Los grupos se formarán desde 8 hasta 20 personas máximo por cada sesión.

- **AEROBICS Y CARDIO JAM**

Este servicio se trata de la ejecución de ejercicios prácticos consecutivos que requiere de esfuerzo y resistencia física. Así mismo se darán sesiones regidas por un instructor profesional en grupos de 10 a 29 personas por sesión.

- **POLE DANCE**

Este ejercicio llamado el baile del tubo, es caracterizado por ser una mezcla de gimnasia y baile sensual. Las rutinas serán dirigidas por una bailarina profesional en grupos desde 8 hasta 24 estudiantes por cada una.

- **COMBATE REAL (DEFENSA PERSONAL)**

La defensa personal no es un deporte, estos ejercicios son rutinas que desarrollan efectividad en combate uno a uno, a manos vacías o con armas y múltiples oponentes. Estas rutinas serán dadas por entrenadores profesionales en grupos desde 8 hasta 24 estudiantes por cada una de ellas.

- **JIUJITSU**

Este servicio es un arte marcial que abarca sistemas de combate sin armas de uno o más agresores armados o desarmados. Estas prácticas se realizarán con un entrenador profesional y altamente capacitado para este tipo de arte marcial en grupos desde 8 hasta 24 personas por sesión.

Todas estas rutinas tendrán una duración de una hora, a elección de los siguientes horarios disponibles:

**FIGURA 2.14**

Mañana	Tarde
06h00 a 07h00	16h30 a 17h30
07h00 a 08h00	18h00 a 19h00
08h30 a 09h30	19h30 a 20h00
10h00 a 11h00	21h00 a 22h00

**Fuente: Encuestas realizadas**

### 2.2.3. PRECIO

El precio que hemos fijado para cada una de las actividades que presentamos en nuestro gimnasio, es acorde a la calidad y a la aceptación del precio según las encuestas realizadas.

**FIGURA 2.15**

COMPETENCIA	MENSUALIDAD
Gold'sGym	\$ 50
Nautilus	\$ 35
Segale	\$ 90
Corpus	\$ 40
<b>PROMEDIO</b>	<b>\$ 53</b>

**Fuente: Investigación de mercado por los autores**

A pesar de que el precio promedio de la competencia sea de \$53, hemos optado por fijar el precio en \$45, lo cual está bajo el promedio que es asequible para nuestros futuros clientes.

#### 2.2.3.1. DETERMINACIÓN DE LA ELASTICIDAD DE LA DEMANDA

Según los resultados obtenidos en nuestra encuesta hemos determinado lo siguiente:

**Precio 1 (P<sub>1</sub>):** \$45 - De 40 a 45 escogiendo el mayor

**Precio 2 (P<sub>2</sub>):** \$50 - De 46 a 50 escogiendo el mayor

**Cantidad 1 (Q<sub>1</sub>):** 117

**Cantidad 2 (Q<sub>2</sub>):** 79

$$E_p = \frac{P}{Q} \left[ \frac{\Delta Q}{\Delta P} \right]$$

$$E_p = \frac{45}{117} \left[ \frac{117 - 79}{45 - 50} \right]$$

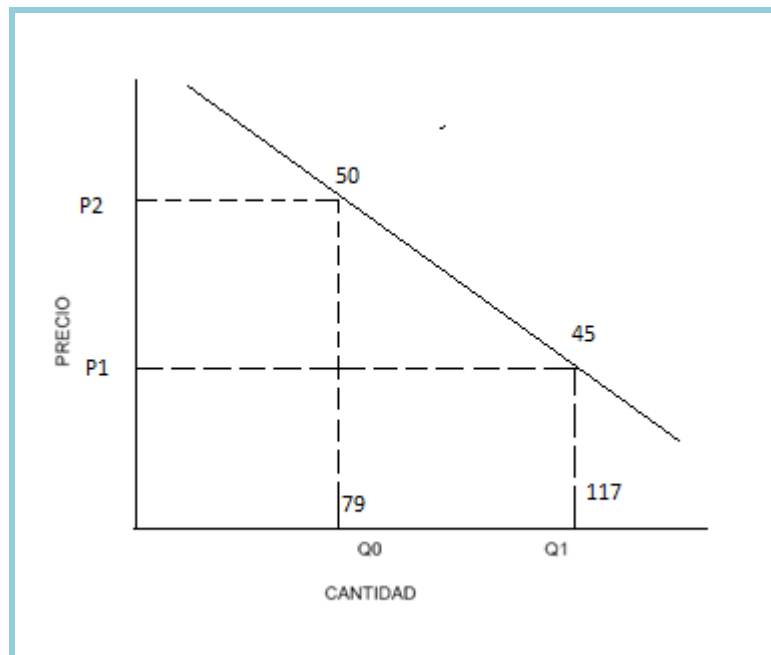
$$E_p = 0,3846 \left[ \frac{38}{-5} \right]$$

$$E_p = 0,3846 \left[ -7,6 \right]$$

$$E_p = -2,923$$

En este caso podemos observar que la demanda es inelástica con respecto al precio, es decir que en caso de subir el precio del gimnasio de \$45 a \$50, las personas que asistirían a nuestro gimnasio disminuiría, según indica el análisis de la elasticidad-precio de la demanda al obtener una cifra negativa.

**FIGURA 2.16**





Dado que la elasticidad de la demanda es de -2,92 sabremos que si aumentamos el precio dado en primero lugar a nuestros clientes, vamos a tener una disminución de la demanda y por lo tanto una disminución de ingresos. Es decir, si en primera instancia contamos con una demanda de 500 clientes que representan un valor de \$45 cada uno, al subir el precio a \$50 tendremos una disminución del 2.92% de clientes, lo cual no es una cantidad de clientes muy significativa.

#### **2.2.4 PLAZA**

Body Energy Evolution ofrece un servicio disponible y accesible para nuestra población objetivo, como lo es la parroquia tarqui, por tal motivo se concluye que la mejor ubicación es el sector norte de la ciudad, siendo el sector más apropiado para llegar a dicha población.

Cada una de las actividades que ofrecemos en el gimnasio, estarán disponibles para nuestros clientes durante el día con una duración estimada de una hora, en donde intervendrán además de los entrenadores especialistas, un encargado de Marketing quien será el que se encargue de contactar a todos los clientes potenciales en el sector, seguido por dos administradores quienes serán los que se encarguen de controlar el cumplimiento de esta búsqueda.

#### **2.2.5 PROMOCIÓN**

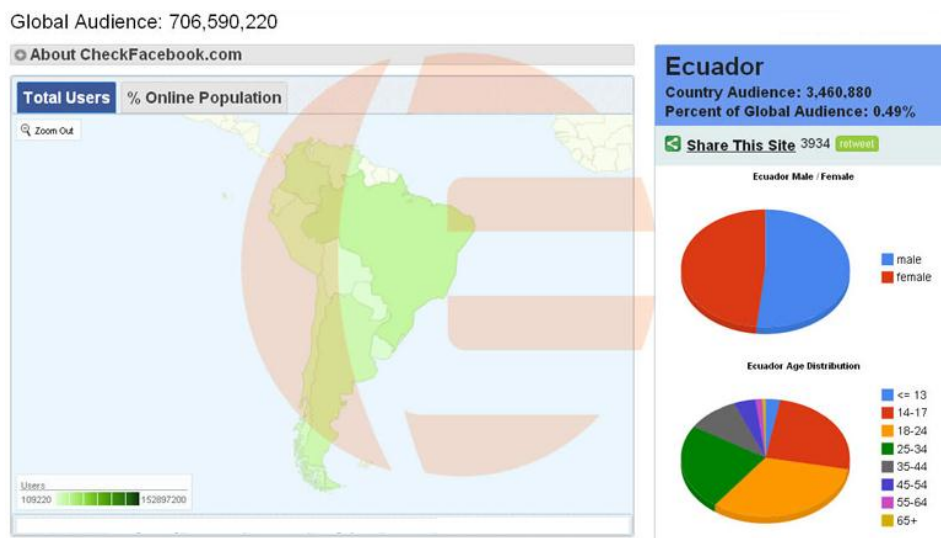
Body Energy Evolution por ser un gimnasio nuevo en el mercado, con una variedad de actividades a ofrecer, es necesario informar a los clientes potenciales sobre estos servicios para que puedan desarrollar su interés por el mismo y así lograr la captación de su interés por asistir.

Para esto, vamos a utilizar herramientas diversas para llegar a nuestros clientes potenciales, considerando las más convenientes y aceptadas en el mercado:

- **REDES SOCIALES**

Para dar a conocer nuestro servicio, utilizaremos los beneficios de las redes sociales que ofrecen tales como Facebook, Twitter y YouTube, las cuales son las más visitadas y las más escogidas por las empresas para su publicidad. En la actualidad la cantidad de usuarios registrados en Facebook en todo el mundo según Checkfacebook es 706'590.220 de los cuales 3'460.880 son personas que viven en Ecuador, por lo tanto sería un mercado bastante significativo. (VER FIGURA 2.17).

**FIGURA 2.17**



La inversión mínima requerida para publicitar en Facebook es de US\$ 600 por campaña, el cual tiene máximo 1 mes de duración donde se estaría logrando un promedio de 2,000 clicks aproximadamente. Para ingresar en twitter crearíamos una cuenta al igual que YouTube.

- **VALLAS PUBLICITARIAS**

Las vallas publicitarias son un medio de publicidad clásico y de mucho éxito durante el pasar de los años. Los precios de los permisos registrados en la M.I. Municipalidad de Guayaquil para una valla tipo A o B será de \$ 91,69 anuales el mismo que estará ubicado en la Av. De las Américas que es una de las vías más transitadas al norte de la ciudad.

- **CORREO ELECTRÓNICO**

Actualmente el correo electrónico se ha convertido en la herramienta por excelencia para promover productos y servicios. Implementar campañas de mercadeo por Email es directo, rápido, con resultados efectivos y medibles. El costo de realizar este envío a más de 50,000 usuarios segmentados por género, edad, ciudad y estado civil y usuarios interesados en deportes es de US\$ 150 con un tiempo estimado por cada envío de 1 día.

- **PRENSA ESCRITA**

Uno de los periódicos más leídos en Guayaquil es Diario El Universo, por lo que hemos elegido este Diario para poder darnos a conocer de esta manera. Según el tarifario 2011 de El Universo, colocar nuestra publicidad en la sección Vida y Estilo en un tercio de página horizontal que corresponde a 29,6cm de ancho con 16,86cm de alto tiene un costo de \$3,94 días ordinarios y \$4,228 domingos. Por lo tanto colocaremos la publicidad durante un mes, el costo sería de \$111,47.

## **2.3 PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING**

### **2.3.1 OBJETIVOS**

#### **2.3.1.1 OBJETIVO GENERAL**

Captar 280 suscriptores mensuales hasta los primeros seis meses de funcionamiento del negocio.

#### **2.3.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Darnos a conocer mediante la realización de un evento social.
- Presentar las actividades a los clientes dando demostraciones de cada una de ellas.

- Presentar eventos sociales a los cuales puedan asistir nuestros posibles clientes.

### **2.3.2 ESTRATEGIAS DE MARKETING**

Para poder cumplir con los objetivos propuestos, es necesario que se establezcan ciertas estrategias que definirán lo que vamos a realizar:

- Procederemos a realizar una fiesta de inauguración en donde presentaremos a nuestros entrenadores profesionales y donde se realizarán demostraciones de las actividades a ofrecer.
- Se reunirá a los posibles clientes para realizar muestras de las rutinas de cada actividad, durante la primera semana de inauguración y los días sábados de cada mes, ofreciendo cocteles de bienvenida.
- Realizaremos mensualmente convenios con programas matutinos de la televisión nacional para que nos puedan presentar como nueva opción en el mercado al menos 6 meses del primer año.
- En el transcurso del primer año, realizaremos nuestras campañas de promoción como se indicó en el capítulo 2.

### **2.3.3 DESARROLLO DE ESTRATEGIAS**

Para llevar a cabo las estrategias, presentaremos como se va a desarrollar cada una de ellas:

- En la fiesta de inauguración, se ambientará cada habitación con un estilo fiesta de acuerdo a cada actividad a presentarse, en donde se presentará cada entrenador con la contratación de la presentadora de TV María Teresa Guerrero de Ecuavisa quien fomenta las actividades físicas.
- En cada habitación se dará clases de una hora demostrando las actividades a ofrecerse y se entregarán cupones de descuentos del 10% por contratar el servicio por primera vez.

- En el programa de televisión escogeremos En Contacto de Ecuavisa, en donde se explicará cada una de las actividades a realizarse y se dará una demostración de Pole Dance y Combate Real.

#### 2.3.4 GASTOS DE MARKETING

A continuación presentamos los costos que se generarían para llevar a cabo nuestro plan de marketing:

Representarían \$1,400.00 para poder darnos a conocer durante el primer mes, lo cual es sumamente necesario ya que de eso depende la introducción del negocio al mercado ganando la captación y fidelidad de nuestros clientes.

**FIGURA 2.18**

<b>ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y MARKETING</b>			
<b>No.</b>	<b>Canales</b>	<b>TOTAL PERIODO 0</b>	<b>TOTAL 2012</b>
Estrategia 1	Fiesta de Inauguración	\$ 1.200,00	\$1.200,00
Estrategia 2	Cocteles de Bienvenida Sábados	\$ 200,00	\$2.600,00
Estrategia 3	Programas matutinos	\$ -	\$4.800,00
Estrategia 4	Promoción con Medios de Comunicación	\$ 869,11	\$3.926,44
<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>\$ 2.269,11</b>	<b>\$12.526,44</b>

### 3. ASPECTOS TECNOLÓGICOS DEL PROYECTO

#### 3.1 DISEÑO O DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO

“Body Energy Evolution” es un gimnasio fitness que estará ubicado en la ciudad de Guayaquil, al norte de la ciudad, en la Cdla. La Garzota, Eloy Velásquez y Juan Jácome. Está enfocado a hombres y mujeres de 21 a 35 años de edad que viven preferentemente al norte de la ciudad y que se encuentran económicamente activos.

Este gimnasio ofrece varias actividades tales como:

- **Aquafit:** Área de 8,5 x 6 m<sup>2</sup> con piscina con profundidad a desnivel de 1,80m a 2,0m
- **Aeróbicos y CardioJam:** Área de 9,80 x 6 m<sup>2</sup> espaciosa con uso de Steps y mancuernas, llevado a cabo con un instructor especialista.
- **Pole Dance:** Área espaciosa 4,50 x 7,85 m<sup>2</sup> con piso acolchado con una instructora especialista.
- **Combate real (defensa personal):** Área espaciosa de 5,25 x 9 m<sup>2</sup> ambientada con colchoneta grande, con un instructor profesional.
- **JiuJitsu:** Área espaciosa de 5,25 x 9 m<sup>2</sup> con colchoneta grande, incluye elementos de seguridad., con un instructor profesional.

Los clientes podrán obtener este servicio mensualmente, el mismo que podrá ser cancelado en efectivo o con cheque.



Para poder llevar a cabo el proceso de nuestro servicio, se debe empezar por atraer al cliente, utilizando varios métodos de marketing, ya sea esto por redes sociales como Facebook, twitter o por los diferentes medios de comunicación como periódico, televisión y la publicidad conocida como boca a boca.

Al momento de llegar a los clientes se les mostrará los servicios con un recorrido por las instalaciones, mediante el cual se les dará a conocer las promociones con las que se cuenta en ese momento, se ha previsto tener 4 promociones cada 3 meses, en las cuales tenemos la opción de escoger una de las presentadas, si no escoge alguna se hará un control de calidad para determinar el problema o la inconformidad del cliente, se realizará nuevas propuestas en busca de no perderlo.

Si escogieron una de las promociones propuestas, se procede a realizar el cobro del servicio contratado, se genera la factura y se realiza ya sea la creación o generación de la ficha técnica, para luego generar el cronograma del cliente en las actividades elegidas en coordinación con los instructores.

### **3.3 UBICACIÓN DEL PROYECTO (PLANTA)**

#### **3.3.1 MACROLOCALIZACIÓN DE LA PLANTA**

Nuestro gimnasio fitness estará ubicado en la Provincia del Guayas, al norte de la ciudad de Guayaquil. Se ha escogido este sector de la ciudad, ya que es donde se concentra la mayor población, lo que equivale aproximadamente a 950,000 de los 2'350.915 habitantes de Guayaquil, según el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, el mismo que representa el 40,40% de la totalidad de Guayaquil.

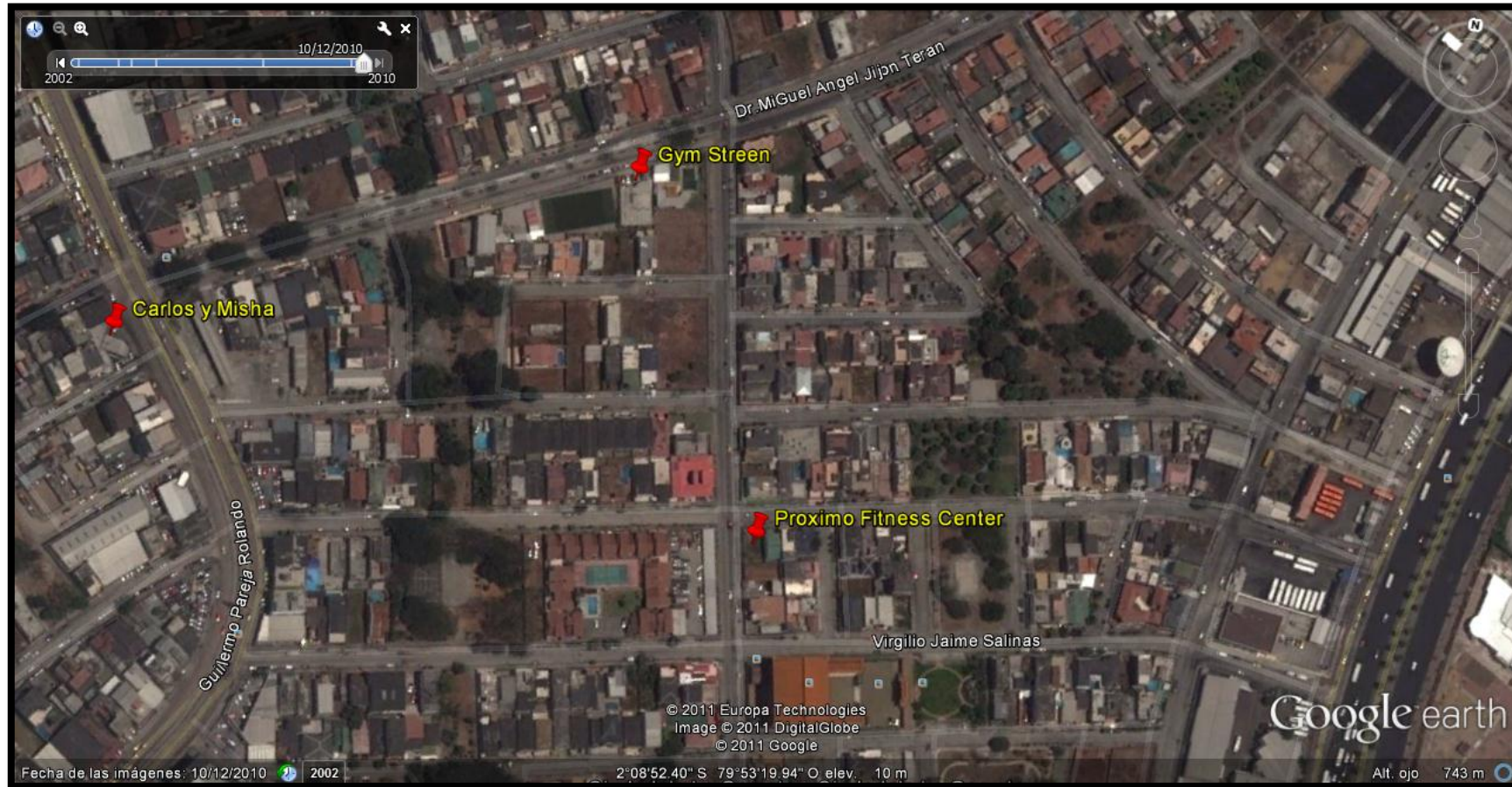
Analizando las tendencias de consumo, se dice que Ecuador recibe influencia tanto Europea como Norteamericana, en donde se está adoptando cada vez más nuevas tendencias de compra y de consumo, y una de ellas se enfoca en la diversión familiar.



El entorno donde se encuentra ubicado el terreno, cuenta con infraestructura y servicios públicos necesarios como lo es la electricidad, agua potable, drenaje, pavimentación, teléfono, transporte urbano, entre otros.

Dentro de este sector, hay varias disponibilidades de transporte, como son los buses rurales que lo pueden conseguir apenas a dos cuadras del lugar, y como se encuentra ubicado en una vía principal tiene la facilidad para coger taxi o tener acceso a parquear su carro propio a las afueras del gimnasio.

FIGURA 3.2



Fuente: Google Earth

### **3.3.2 MICROLOCALIZACIÓN DE LA PLANTA**

Se encuentra cerca del centro comercial “Mall del Sol”, en donde se encuentran locales especializados en deporte. Se encuentra ubicado en una zona totalmente estratégica, en donde hay algunos locales de productos y servicios, en una zona residencial muy conocida y concurrida por muchos, por lo que estos aspectos también generan seguridad dentro del sector.

**FIGURA 3.3**



**Fuente: Google Earth**

### 3.4 DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE LA PLANTA

El tamaño y capacidad de este gimnasio, se debe a dos aspectos: la proporción de clientes que se pretenda sea cubierto por el gimnasio y la dimensión del área total con que se cuenta el terreno disponible para la instalación del gimnasio que es de 243 m<sup>2</sup>.

Se detalla a continuación la capacidad determinada del gimnasio:

- La capacidad máxima determinada es de 105 personas por hora y 843 personas por día, siendo así por cada actividad:

**FIGURA 3.4**

ACTIVIDAD	CAPACIDAD (PERSONAS X HORA)	HORAS	PERSONAS POR DIA
AQUAFIT AERÓBICOS Y CARDIOJAM	20	8	163
POLE DANCE DEFENSA PERSONAL	25	8	200
JIUJITSU	20	8	160
<b>TOTAL</b>	<b>105</b>		<b>843</b>

- 1 bar – cafetería con capacidad para 8 personas.
- 3 baños para mujeres y 3 baños para hombres.
- 14 vestidores
- 5 duchas

### 3.5 DISEÑO DE LA PLANTA

Hemos realizado el diseño de nuestro gimnasio según la magnitud del terreno disponible para la instalación, por lo que presentamos a continuación las dimensiones de cada una de sus áreas, tratando de la mejor manera optimizar cada uno de los espacios y recursos de los que

disponemos, conservando a la vez las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para nuestros clientes quienes serán los que hagan uso de éstas, tomando en consideración las reglas normativas de construcción.

El establecimiento, estará dividido en 3 pisos. En planta baja se realizarán los ejercicios de Aquafit, por lo que hemos situado la piscina junto a un pequeño bar restaurante donde los clientes podrán disfrutar de bebidas y/o especialidades energéticas y saludables.

En la primera planta estará ubicada la recepción, la oficina del administrador, las salas de Pole Dance y Aéreobicos y CardioJam, incluidas duchas, baños y vestidores para hombres y mujeres.

En la segunda planta estarán ubicadas las salas de Combate Real y Jiu Jitsu, incluidas duchas, baños y vestidores para hombres y mujeres.

FIGURA 3.5

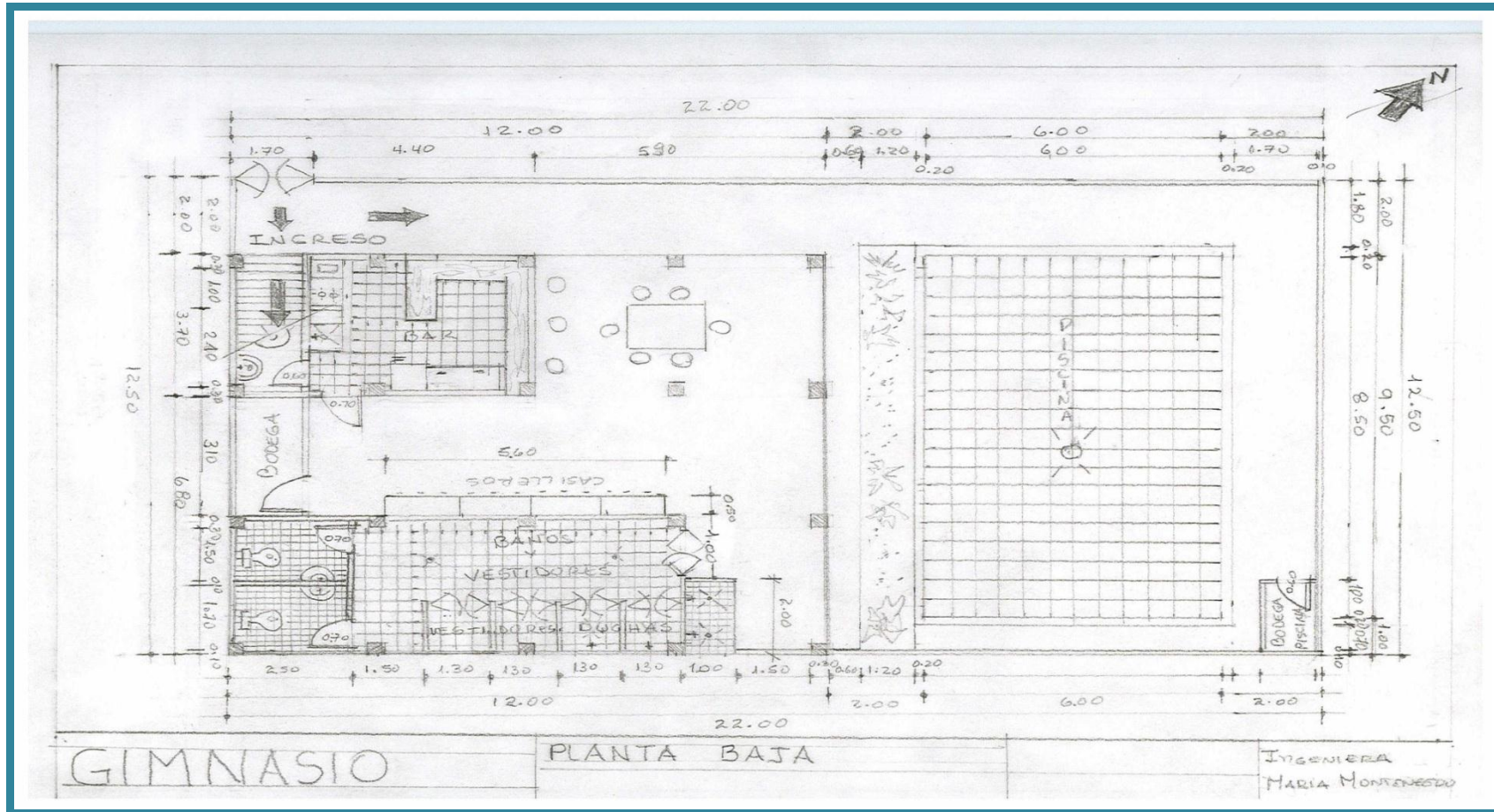


FIGURA 3.6

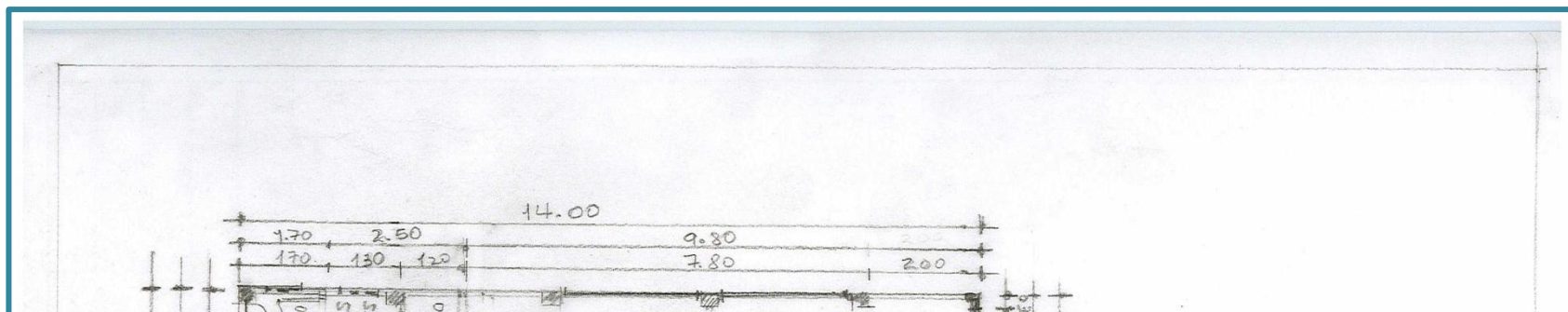
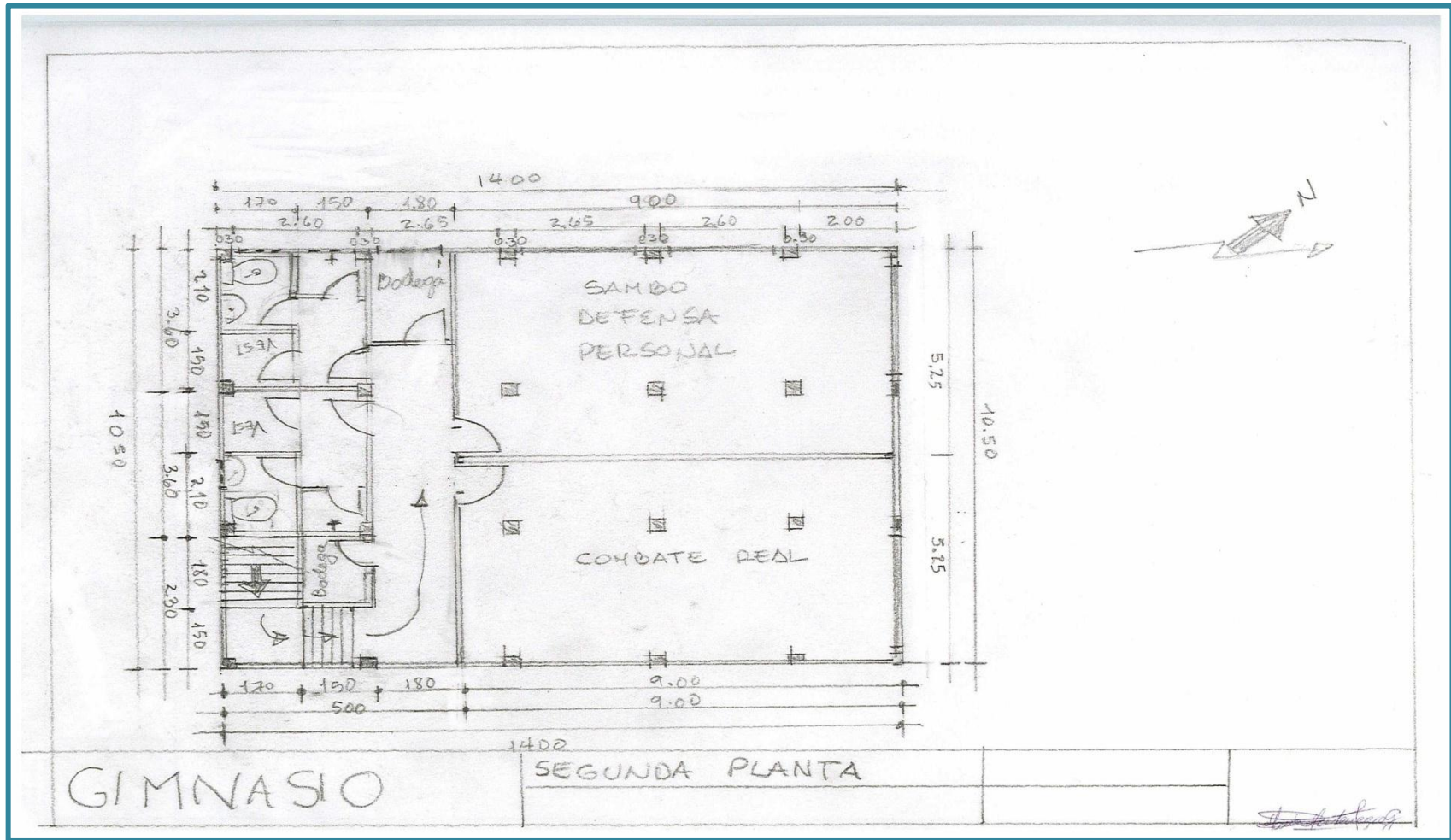


FIGURA 3.7





### 3.5.1 DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES DEL GIMNASIO

De acuerdo a las medidas obtenidas en cada habitación, destinadas para la realización de cada una de las actividades, presentamos a continuación la distribución que hemos adoptado

**FIGURA 3.8**

	Áreas	Medidas (en metros)	Cantidad	Total m <sup>2</sup>
<b>PLANTA BAJA</b>	Bar	38,11	1	38,11
	Piscina	95,00	1	95,00
	Casilleros	0,70	4	2,80
	Bodega General	5,27	1	5,27
	Bodega de Piscina	1,43	1	1,43
	Baños, Duchas y Vestidores	43,20	1	43,20
<b>PRIMERA PLANTA</b>	Sala de Pole Dance	35,33	1	35,33
	Sala de Aéreobicos	60,44	1	60,44
	Oficina/Recepción	10,80	1	10,80
	Vestidores Mujeres	10,00	1	10,00
	Vestidores Hombres	9,00	1	9,00
<b>SEGUNDA PLANTA</b>	Bodega	3,78	2	7,56
	Sala de Combate Real	47,25	1	47,25
	Sala de Jiu Jitsu	47,25	1	47,25
	Baño, Ducha y Vestidor Hombres	9,36	1	9,36
	Baño, Ducha y Vestidor Mujeres	9,36	1	9,36
	<b>TOTAL</b>			<b>432,16</b>

Fuente: Investigación de Campo por Ing. María Montenegro

### 3.6 COSTOS DE TERRENO Y OBRAS CIVILES

El costo del terreno que vamos a utilizar en la Cdla. La Garzota está avaluado en:

**FIGURA 3.9**

<b>TERRENO</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>C. UNITARIO</b>	<b>C. TOTAL</b>
Terreno	1	\$ 65.000,00	\$ 65.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 65.000,00</b>

Los costos de obras civiles son:

**FIGURA 3.10**

<b>EDIFICACIONES</b>			
<b>HERRAMIENTAS</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>C. UNITARIO</b>	<b>C. TOTAL</b>
<b>MANO DE OBRA</b>			
Trabajadores	8	\$ 1.000	\$ 8.000,00
<b>CASA EXCAVACIÓN</b>			
Zapata 12 m x 5 (m2)	60	\$ 5,00	\$ 300,00
Zapata 10.5 m x 4 (m2)	42	\$ 5,00	\$ 210,00
Cemento	112	\$ 7,00	\$ 784,00
ZAPATAS 14"	20	\$ 14,00	\$ 280,00
<b>COLUMNAS</b>			
14"	75	\$ 14,00	\$ 1.050,00
Estribos 8"	60	\$ 5,00	\$ 300,00
<b>VIGAS</b>			
12"	18	\$ 11,00	\$ 198,00
14"	19	\$ 14,00	\$ 266,00
10"	56	\$ 7,50	\$ 420,00
Loza	2	\$ 28,00	\$ 56,00
<b>TECHO</b>			
Correas	17	\$ 15,00	\$ 255,00
Plancha Eternit 13"	50	\$ 20,00	\$ 1.000,00
Piso Hormigón Simple	221	\$ 5,00	\$ 1.105,00
Cemento	145	\$ 7,00	\$ 1.015,00
Loza	67	\$ 7,00	\$ 469,00
Cerámica m2	534	\$ 10,00	\$ 5.340,00
<b>ESCALERA</b>			
Cemento	19	\$ 7,00	\$ 133,00
Hierro	8	\$ 10,00	\$ 80,00
Mampostería	286,5	\$ 10,00	\$ 2.865,00
<b>PISCINA</b>			
Excavación	1	\$ 100,00	\$ 100,00

Hierro	24	\$ 12,00	\$ 288,00
Encofrado	124	\$ 5,00	\$ 620,00
Tiras	7	\$ 2,50	\$ 17,50
Cemento	10	\$ 7,00	\$ 70,00
Piso	17	\$ 7,00	\$ 119,00
<b>ALCANTARILLADO</b>			
Tubo de 4" de PVC	9	\$ 9,00	\$ 81,00
Codo de 4" de PVC	3	\$ 2,00	\$ 6,00
T de 4" de PVC	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Rejilla de 4" de PVC	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Rejilla de baño	16	\$ 2,00	\$ 32,00
Llave de paso	16	\$ 2,00	\$ 32,00
<b>AGUA POTABLE</b>			
Tubo enroscable 1/2"	12	\$ 7,74	\$ 92,88
Codos 1/2"	12	\$ 1,00	\$ 12,00
Llaves de agua para duchas	16	\$ 5,00	\$ 80,00
Tanque 2000 ml	8	\$ 4,00	\$ 32,00
Bomba 1hp	1	\$ 244,00	\$ 244,00
<b>SANITARIO</b>			
Fregadero	1	\$ 48,00	\$ 48,00
Inodoro	8	\$ 52,00	\$ 416,00
Lavamanos	8	\$ 34,00	\$ 272,00
<b>ELECTRICIDAD</b>			
Focos	43	\$ 4,00	\$ 172,00
Cajas	98	\$ 0,85	\$ 83,30
Interruptores	43	\$ 0,69	\$ 29,67
Enchufes	28	\$ 1,50	\$ 42,00
Tubos PVC 3m	90	\$ 2,00	\$ 180,00
Caja breaker 30A	7	\$ 13,29	\$ 93,00
Cable (rollos)	20	\$ 32,19	\$ 643,80
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 27.940,15</b>
<b>Varios (40%)</b>			<b>\$ 11.176,06</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 39.116,21</b>

**Fuente: Investigación de Campo por Ing. María Montenegro**

### 3.7 ESPECIFICACIONES

A continuación, se detalla la materia prima o equipos de operación e insumos necesarios para la puesta en marcha del negocio:

### 3.7.1 EQUIPOS DE OPERACIÓN

#### → AQUAFIT

Lo que respecta a esta actividad que conlleva a carrera en el agua (DeepWater, Running) y gimnasia acuática, se necesitan materiales de flotación (flotador de 3 tiras, cinturón), queda a elección del cliente si desea utilizar traje sin brazos conocido como “Wetbestbody”, zapatos de piscina.

**FIGURA 3.11**



#### → AERÓBICOS Y CARDIO JAM

Para llevar a cabo estas actividades es necesario utilizar Steps, barras, y colchonetas.

**FIGURA 3.12**



→ **POLE DANCE**

Para esta actividad será necesario tener colchonetas confortables, tubo estacionado con sus respectivas bridas.

**FIGURA 3.13**



→ **JIU JITSU**

Para esta actividad solo es necesario un suelo totalmente acolchonado para las caídas de los estudiantes, es opcional el uniforme de la actividad.

**FIGURA 3.14**



→ **COMBATE REAL (DEFENSA PERSONAL)**

Para esta actividad se puede utilizar guantes, casco, protector bucal y protector genital o no se utiliza ninguno de los instrumentos dados, es opcional.

**FIGURA 3.15**



**Figura 3.16**

<b>EQUIPOS DE OPERACIÓN (GIMNASIO)</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANT.</b>	<b>C. UNITARIO</b>	<b>C. TOTAL</b>
Chalecos Flotadores	30	\$ 24,00	\$ 720,00
Cinturones Flotadores	30	\$ 22,30	\$ 669,00
Steps	25	\$ 20,00	\$ 500,00
Body Bars	25	\$ 20,00	\$ 500,00
Colchonetas	25	\$ 20,99	\$ 524,81
Rollo Colchoneta	6	\$ 177,00	\$ 1.062,00
Tubos	20	\$ 150,00	\$ 3.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 6.975,81</b>

### 3.7.2 INSUMOS

A continuación detallamos los recursos necesarios para la operación del gimnasio relacionados de manera indirecta:

**FIGURA 3.17**

<b>OTROS EQUIPOS DE OPERACIÓN</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANT.</b>	<b>C. UNITARIO</b>	<b>C. TOTAL</b>
Bomba 2HP	2	\$ 380,00	\$ 760,00
Drain de Fondo	2	\$ 250,00	\$ 500,00
Reflectores	4	\$ 80,00	\$ 320,00
Aspiradora de Ruedas	2	\$ 233,00	\$ 466,00
Purificadores	2	\$ 198,00	\$ 396,00
Televisor	1	\$ 4,50	\$ 4,50
Refrigeradora	1	\$ 910,00	\$ 910,00
Escobas	3	\$ 2,50	\$ 7,50

Toallas	200	\$	12,00	\$	2.400,00
Cloro	20	\$	5,00	\$	100,00
Papel Higiénico	50	\$	1,00	\$	50,00
Jabón líquido para manos	25	\$	3,00	\$	75,00
Deshojador	2	\$	20,00	\$	40,00
Desinfectante	25	\$	4,50	\$	112,50
Gas	3	\$	9,00	\$	27,00
Cepillos	2	\$	7,00	\$	14,00
Filtros	5	\$	9,00	\$	45,00
Inyectores	3	\$	8,00	\$	24,00
Clorinador	3	\$	12,00	\$	36,00
Cobertores	2	\$	25,00	\$	50,00
Comprobador de Cloro	2	\$	15,00	\$	30,00
Congelador	1	\$	760,00	\$	760,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$</b>	<b>7.127,50</b>

**FIGURA 3.18**

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANT.</b>	<b>C. UNITARIO</b>	<b>C. TOTAL</b>
Escritorios	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Juego de mesas y sillas	2	\$ 74,00	\$ 148,00
Set de Muebles	1	\$ 350,00	\$ 350,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 618,00</b>

**FIGURA 3.19**

<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANT.</b>	<b>C. UNITARIO</b>	<b>C. TOTAL</b>
Caja Registradora	1	\$ 75,00	\$ 75,00
Teléfono	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Útiles de Oficina (SET)	5	\$ 12,00	\$ 60,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 195,00</b>

**FIGURA 3.20**

<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANT.</b>	<b>C. UNITARIO</b>	<b>C. TOTAL</b>
Computadora	4	\$ 980,00	\$ 3.920,00
Impresora Multifunción	4	\$ 90,00	\$ 360,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 4.280,00</b>

### 3.8 ESCOGENCIA DE LA TECNOLOGÍA DEL PRODUCTO

Dentro de nuestro gimnasio, no es necesario utilizar maquinaria ni implementos de última tecnología, para poder llevar a cabo las actividades solo se utilizan implementos básicos y comunes de un gimnasio. Dentro de los insumos y materia prima utilizada, se obtendrá las últimas y más confortables, para poder dar un servicio óptimo y de calidad a nuestros clientes, se deberá obtener lo utilizado en Europa y EEUU, para poder ir adoptando las nuevas tendencias.

### 3.9 VIDA ÚTIL DEL PROYECTO

Nuestra vida útil mínima estimada, será de 7 años, en donde podremos recuperar la inversión y ya en ese tiempo lograr ya estar totalmente posesionados en el mercado y sin deudas de financiamiento.

### 3.10 COSTOS DE MANTENIMIENTO Y SEGUROS

#### 3.10.1 COSTOS DE MANTENIMIENTO

Para poder mantener siempre en buen cuidado nuestro gimnasio, debemos definir cuáles serán los costos de mantenimiento que se deberá realizar dentro del mismo, tal como se detalla a continuación.

**FIGURA 3.21**

<b>MANTENIMIENTOS</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>	<b>MES</b>	<b>ANUAL</b>
Edificio	\$39.116,21	1,00%	\$ 391,16	\$4.693,95
Equipo de Computación	\$ 4.280,00	2,00%	\$ 85,60	\$1.027,20
Equipo de oficina	\$ 195,00	2,00%	\$ 3,90	\$ 46,80
Piscina	\$ 3.656,50	2,00%	\$ 73,13	\$ 877,56
Equipos de Operación	\$ 6.975,81	2,00%	\$ 139,52	\$1.674,20
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 693,31</b>	<b>\$8.319,70</b>

Para el edificio, vamos a llevar a realizar de manera semestral el mantenimiento de pintura tanto en la parte interior como en la parte exterior del mismo, reflejando igual de manera mensual su costo.



El equipo de computación se debe dar mantenimiento mensualmente, para esto uno de los accionistas, será quién lo realice.

Los equipos de oficina solo refiriéndonos a los útiles necesarios, son los que se darán mantenimiento mensualmente, ya que estar en constante reemplazo de los mismos.

Los muebles y enseres se mantendrán de manera mensual, dando el respectivo arreglo en caso de ser necesario, costo que se estima de manera mensual y anual.

### **3.10.2 SEGUROS**

Para poder lograr nuestro bienestar y poder garantizar la inversión en activos fijos realizada, es necesario tener en cuenta la contratación de seguros para prevenir siniestros, lo cual se representa en la tabla a continuación:

**FIGURA 3.22**

	VALOR ASEGURADO	MAPFRE ATLAS	
<b>OBJETO DEL SEGURO</b>	<b>US \$</b>	<b>TASA</b>	<b>PRIMA NETA</b>
<b>INCENDIO</b> <i>Cdla La Garzota Av. Eloy Velazquez y J. Jacome</i>			
Muebles y Enseres	\$ 618,00	0,23%	\$ 1,42
Equipos de Operación (Gimnasio)	\$ 6.975,81	0,23%	\$ 16,04
Equipos de Computación	\$ 2.050,00	0,23%	\$ 4,72
Equipos de Oficina	\$ 195,00	0,23%	\$ 0,45
Otros Equipos de Operación	\$ 4.116,50	0,23%	\$ 9,47
Edificio	\$ 34.916,21	0,23%	\$ 80,31
<b>Total Incendio</b>	<b>\$ 48.871,52</b>		<b>\$ 112,40</b>
<b>ROBO Y/O ASALTO</b> <i>Cdla La Garzota Av. Eloy Velázquez y J. Jácome</i>			
Muebles y Enseres	\$ 618,00	1,00%	\$ 6,18
Equipos de Operación (Gimnasio)	\$ 6.975,81	1,00%	\$ 69,76
Equipos de Computación	\$ 2.050,00		
Equipos de Oficina	\$ 195,00		
Otros Equipos de Operación	\$ 4.116,50	1,20%	\$ 49,40
Edificio	\$ 34.916,21		\$ -
<b>TOTAL ROBO Y/O ASALTO</b>	<b>\$ 48.871,52</b>		<b>\$ 125,34</b>
<b>FIDELIDAD</b>			
Empleados	\$ 5.000,00	5,00%	\$ 250,00
<b>TOTAL FIDELIDAD</b>	<b>\$ 5.000,00</b>		<b>\$ 250,00</b>
<b>TOTAL PRIMAS NETA</b>			<b>\$ 487,74</b>

### 3.11 MANO DE OBRA DIRECTA.

La mano de obra constituye una parte importante dentro de la compañía para poder llevar a cabo la operación de la compañía. Por lo cual, a continuación identificamos el personal requerido y el costo en remuneraciones que éstos implican:

**FIGURA 3.23**

<b>CARGO</b>	<b>ÁREA</b>	<b>CANT</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>SUELDO MAS BENEFICIOS</b>
Instructor	Aquafit	1	\$ 364,00	\$ 427,80
Instructor	Aeróbicos	1	\$ 364,00	\$ 427,80
Instructor	Pole Dance	1	\$ 364,00	\$ 427,80
Instructor	Defensa Personal	1	\$ 364,00	\$ 427,80
Instructor	Jiu Jitsu	1	\$ 364,00	\$ 427,80
<b>TOTAL</b>		<b>5</b>	<b>\$ 1.820,00</b>	<b>\$ 2,139.00</b>

Para la mano de obra directa, identificamos a los instructores quienes son los que se manejarán directamente con el cliente y quienes serán los que lleven a cabo las diferentes actividades que se ofrece en el gimnasio.

### **3.12 SISTEMAS DE: CONTROL DE LA CALIDAD.**

*Piscina.*- Antes de corregir el PH o desinfectar el agua, proceda primero a eliminar los problemas de color o turbiedad que tenga su piscina y luego de este procedimiento obtener el cloro residual y nivelar el PH. Este procedimiento se lo realiza 2 veces a la semana para mantener en buen estado el agua de la piscina.

Los equipos utilizados en la piscina serán cambiados cada 4 meses y si se presentara un desperfecto se lo solucionaría en el momento.

*Aeróbicos.*- Mantener el área en buen estado, mantenimiento de equipos; buena ventilación y buen aseo

*Pole dance.*- Limpieza de los tubos cuidado de las colchonetas establecida como piso

*Combate Real.*- Cuidado y limpieza de las instalaciones

*JiuJitsu.*- Cuidado y limpieza de las instalaciones

Cabe mencionar que las instalaciones serán higienizadas después de cada sesión de ser necesario, se realizara un control poniendo una tabla

donde se mostrara el nombre de la persona encargada de la limpieza en cada uno de los horarios para así mantener la limpieza y cuidado de las instalaciones.

Para mantener una buena apariencia y servicio se procederá a instalar un buzón de sugerencias para poder tener un buen control de las necesidades de nuestros clientes.

Brindar charlas de motivación en base a conceptos de calidad total con la finalidad de hacer bien las cosas desde el comienzo.

Redistribución de tareas según la carga de trabajo de manera equitativa acorde a sus capacidades.

Realizar autoevaluaciones del desempeño realizado por el personal trimestral.

La caja también será un receptor de reclamos para el uso de los clientes

Brindar una correcta inducción sobre el manejo y uso de equipos y accesorios a través de manuales especializados de ser necesario.

## 4. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

### 4.1 ESTRUCTURACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

#### 4.1.1 PLAN DE INVERSIONES

La decisión de inversión para Body Energy Evolution es muy importante ya que implica la asignación de grandes cantidades de dinero por un largo plazo y que de esto dependerá el éxito de esta empresa, por la relación directa que existe para poner en marcha el negocio. A continuación presentamos nuestro plan de inversiones determinando la cuantificación de todo aquello que la empresa requiere para poder operar:

**TABLA 4.1**

DESCRIPCIÓN	USD \$
<b><u>INVERSIÓN FIJA</u></b>	
Muebles y Enseres	\$ 618,00
Equipos de Operación (Gimnasio)	\$ 6.975,81
Equipos de Computación	\$ 4.280,00
Equipos de Oficina	\$ 195,00
Otros Equipos de Operación	\$ 7.127,50
Edificio	\$ 39.116,21
Terreno	\$ 65.000,00
<b>TOTAL INVERSIÓN FIJA</b>	<b>\$ 123.312,52</b>
<b><u>INVERSIÓN DIFERIDA</u></b>	
Gastos Pre-Operacionales	\$ 2.670,00
<b>TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA</b>	<b>\$ 2.670,00</b>
<b><u>INVERSIÓN CORRIENTE</u></b>	
Capital Trabajo	\$ 5.929,77
Imprevistos (5%)	\$ 6.595,61
<b>TOTAL INVERSIÓN CORRIENTE</b>	<b>\$ 12.525,39</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$ 138.507,91</b>

#### 4.1.2 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

La estructura de las fuentes de financiamiento está dada por recursos propios y de terceros, los mismos que permiten financiar las operaciones para el funcionamiento de la empresa.

Los recursos propios con los que se cuenta para el proyecto corresponden al 46,71% del total de la inversión, perteneciente a los inversionistas.

La diferencia del 53,29% es la necesidad de dinero para la inversión, el mismo que se obtendrá mediante un préstamo a terceros tomando en cuenta que los intereses generados por un crédito son gastos deducibles para el pago de impuesto a la renta.

El préstamo se prevé obtenerlo a través de los fondos de la Corporación Financiera Nacional quienes presentan las siguientes condiciones de crédito:

**TABLA 4.2**

<b>DATOS PARA CÁLCULO DEL PRÉSTAMO</b>	
MONTO	\$ 72.881,35
TASA ANUAL	10,50%
PLAZO EN AÑOS	7
PERIODO DE PAGO MENSUAL	84
<b>CUOTA MENSUAL</b>	<b>\$ 1.228,83</b>

En el Anexo 4.1 podremos observar la Tabla de Amortización en donde se especifican los valores de intereses y capital por dividendo, obteniendo así que el valor total del préstamo incluido los intereses será de \$103.221,60. En la siguiente tabla 4.3, se presenta el financiamiento por año:

**FIGURA 4.3**

<b>PERIODO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERESES</b>	<b>PAGO</b>
1	\$ 11.697,85	\$ 7.100,21	\$ 18.798,05
2	\$ 12.986,99	\$ 5.811,06	\$ 18.798,05
3	\$ 14.418,20	\$ 4.379,85	\$ 18.798,05
4	\$ 16.007,14	\$ 2.790,92	\$ 18.798,05
5	\$ 17.771,18	\$ 1.026,88	\$ 18.798,05

### 4.1.3 DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

#### 4.1.3.1 ACTIVOS FIJOS

El método de depreciación utilizado para su cálculo es el método de línea recta, con un valor residual para cada uno de ellos.

La Tabla N° 4.4 presenta el cuadro de depreciaciones para los activos fijos deBody Energy Evolution:

**TABLA 4.4**

DESCRIPCIÓN	USD \$	VIDA ÚTIL	DEP. ANUAL	MENSUAL
<b><u>INVERSIÓN FIJA</u></b>				
Muebles y Enseres	\$ 350,00	10	\$ 35,00	\$ 2,92
Equipos de Operación (Gimnasio)	\$ 3.000,00	10	\$ 300,00	\$ 25,00
Equipos de Computación	\$ 360,00	3	\$ 120,00	\$ 10,00
Equipos de Oficina	\$ 60,00	10	\$ 6,00	\$ 0,50
Otros Equipos de Operación	\$ 760,00	10	\$ 76,00	\$ 6,33
Edificio	\$11.176,06	20	\$ 558,80	\$ 46,57
<b>TOTAL INVERSIÓN FIJA</b>	<b>\$ 5.706,06</b>		<b>\$1.095,80</b>	
<b>DEPRECIACIÓN MENSUAL</b>				<b>\$ 91,32</b>

#### 4.1.3.2 ACTIVOS DIFERIDOS

Los activos diferidos de Body Energy Evolution han sido amortizados en 5 años plazo siendo un gasto diferido para la empresa, y que en si no representa una salida de dinero en efectivo al igual que la depreciación.

La tabla 4.5 presenta el cuadro de amortización de los activos diferidos o intangibles:

**TABLA 4.5**

DESCRIPCIÓN	USD \$	VIDA UTIL	AMRTZ. ANUAL	AMRTZ. MENSUAL
<b><u>INVERSIÓN DIFERIDA</u></b>				
Gastos Pre-Operacionales	\$2.670,00	5	\$ 534,00	\$ 44,50
<b>TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA</b>	<b>\$2.670,00</b>		<b>\$ 534,00</b>	

#### 4.1.4 PROGRAMA DE VENTAS

Esta planificación nos demuestra la cantidad de demanda que tendremos mensualmente, el mismo que se encuentra directamente relacionado con el volumen de ventas analizado en el estudio de la demanda, y acorde a las estrategias de marketing a realizar.

**TABLA 4.6**

Meses	OFERTA DEL PROYECTO	% Incremento mensual
abr-12	150	30%
may-12	180	20%
jun-12	198	10%
jul-12	238	20%
ago-12	261	10%
sep-12	274	5%
oct-12	302	10%
nov-12	332	10%
dic-12	398	20%
ene-13	478	20%
feb-13	526	10%
mar-13	579	10%
<b>Total anual</b>	<b>3.917</b>	
<b>Promedio</b>	<b>326</b>	



#### 4.1.5 COSTOS OPERATIVOS

A continuación presentamos los costos que se generan mensualmente:

##### 4.1.5.1 COSTOS DIRECTOS

Estos costos que se muestran en la tabla 4.6 son los que se generan mensualmente teniendo que ver directamente con el funcionamiento del gimnasio, dando un total mensual de \$2,885.55.

**TABLA 4.7**

<b>Descripción</b>	<b>Mes</b>
Sueldos y Beneficios (Instructores)	\$ 2.234,87
Mantenimientos de Equipos	\$ 391,16
Mantenimiento de Piscinas	\$ 139,52
Suministros de Mantenimiento	\$ 120,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.885,55</b>

##### 4.1.5.2 COSTOS INDIRECTOS

Estos costos son los que se generan mensualmente teniendo que ver directamente con el funcionamiento del gimnasio, dando un total mensual de \$2,885.55.

**TABLA 4.8**

<b>Descripción</b>	<b>Mes</b>
Sueldos y Beneficios (Administrativos)	\$ 3.025,51
Servicios Básicos	\$ 284,00
Suministros de Oficina	\$ 60,00
Suministros de Limpieza	\$ 369,50
Varios	\$ 655,16
Publicidad	\$ 953,16
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.347,34</b>

#### 4.1.6 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

A continuación presentamos un resumen de los gastos que tendremos durante el primer periodo de funcionamiento del gimnasio, tomando en consideración el gasto mensual que corresponde a \$6,944.29.

**TABLA 4.9**

<b>GASTOS</b>				
	<b>Rubro</b>	<b>Gasto Periodo 0</b>	<b>Gasto Periodo 1 mensual</b>	<b>Gasto Anual</b>
1	<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
	Gastos de personal administrativo		\$ 2.946,80	\$ 5.361,62
	Gastos de suministros y servicios		\$ 1.368,66	\$ 6.423,95
2	<b>GASTOS VENTAS</b>			
	Gasto fuerza de ventas	\$ 0,00	\$ -	\$ -
	Comisión de ventas	\$ 0,00	\$ -	\$ -
3	<b>GASTOS MARKETING Y PUBLICIDAD</b>			
	Estrategias de Marketing y Publicidad	\$ 0,00	\$ 1.400,00	\$ 7.200,00
4	<b>GASTOS DE PRODUCCIÓN</b>			
	Personal Operativo		\$ -	\$ -
	Suministros y servicios de producción		\$ -	\$ -
5	<b>GASTOS FINANCIEROS</b>			
	Gastos financieros (cuota mensual a partir de Enero 2012)	\$ 0,00	\$ 1.228,83	\$ 14.745,94
<b>Total Gastos</b>		<b>\$ -</b>	<b>\$ 6.944,29</b>	<b>\$73.731,51</b>

#### 4.1.7 CAPITAL DE TRABAJO

El Capital de Trabajo está presentado por el capital adicional, distinto de la inversión en activo fijo y diferido, con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa, es decir hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos.<sup>10</sup>

<sup>10</sup>Meneses, Edilberto, *Preparación y Evaluación de Proyectos*, Quito, QualityPrint Centro de Reproducción digital. 2001

**TABLA 4.10**

<b>DETALLES</b>	<b>Periodo 0</b>	<b>abr-12</b>	<b>may-12</b>	<b>jun-12</b>
<b>COSTOS</b>	<b>\$6.624,56</b>			
MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA	\$5.260,39			
SUMINISTROS Y SERVICIOS	\$1.364,18			
<b>GASTOS</b>	<b>\$5.060,66</b>	<b>\$5.060,66</b>	<b>\$ 5.060,66</b>	<b>\$5.060,66</b>
GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO	\$2.292,00	\$2.292,00	\$ 2.292,00	\$2.292,00
GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS	\$1.368,66	\$1.368,66	\$ 1.368,66	\$1.368,66
PUBLICIDAD Y MARKETING	\$1.400,00	\$1.400,00	\$ 1.400,00	\$1.400,00
GASTOS PERSONAL DE GIMNASIO	\$2.234,87	\$2.234,87	\$ 2.234,87	\$2.234,87
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$11.685,23</b>	<b>\$5.060,66</b>	<b>\$ 5.060,66</b>	<b>\$5.060,66</b>

El capital del trabajo asciende a \$11,685.23 que incluyen los recursos necesarios para hacer frente a un proceso productivo en el primer mes de la puesta en marcha del negocio.

#### **4.1.8 FLUJO DE CAJA COMPARATIVO**

El flujo de caja es la expresión de una magnitud económica realizada de una cantidad por unidad de tiempo, es decir entrada o salida de fondos de caja.

El flujo de caja permite medir los ingresos y egresos en efectivo estimados en un período determinado, además deja ver si la empresa realmente requiere de financiamiento o si cuenta con los recursos necesarios para afrontar sus obligaciones.

Como se puede observar en la Tabla 4.11, el flujo de caja es positivo para todos los años de vida del proyecto, tomando en cuenta que se tiene un préstamo de cinco años y que el pago del interés es mensual.

TABLA 4.11

FLUJO DE CAJA - TIEMPO DE DESINVERSIÓN BODY ENERGY EVOLUTION PROYECCIÓN A 5 AÑOS						
Precio	\$ 45,00	\$ 47,48	\$ 50,09	\$ 52,84	\$ 55,75	
Costo de producción	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Unidades de Producción	3.916,51	4.062,98	4.214,94	4.372,58	4.536,11	
Inflación	0%	5,50%	5,50%	5,50%	5,50%	
Tasa de crecimiento	0%	3,74%	3,74%	3,74%	3,74%	
	Periodo 0	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
<b>INGRESOS</b>						
<b>VENTAS BODY ENERGY EVOLUTION</b>	-	<b>176.242,81</b>	<b>192.890,17</b>	<b>211.110,00</b>	<b>231.050,82</b>	<b>252.875,19</b>
<b>COSTOS</b>						
MATERIA PRIMA DIRECTA	-	-	-	-	-	-
MATERIAL INDIRECTO DE FABRIC.	-	-	-	-	-	-
SUMINISTROS Y SERVICIOS	-	-	-	-	-	-
MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA	-	26.818,47	28.293,48	29.849,63	31.491,35	33.223,38
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>	-	<b>149.424,34</b>	<b>164.596,69</b>	<b>181.260,38</b>	<b>199.559,46</b>	<b>219.651,81</b>
<b>GASTOS</b>						
<b>ADMINISTRATIVOS</b>						
PERSONAL ADMINISTRATIVO	-	35.361,62	37.306,51	39.358,37	41.523,08	43.806,85
SUMINISTROS Y SERVICIOS	-	16.423,95	17.327,26	18.280,26	19.285,68	20.346,39
DEPRECIACIÓN	-	1.095,80	1.095,80	1.095,80	975,80	975,80
AMORTIZACIÓN	-	534,00	534,00	534,00	534,00	534,00
<b>VENTAS</b>						
FUERZA DE VENTAS	-	-	-	-	-	-
COMISIÓN EN VENTAS	-	-	-	-	-	-
PUBLICIDAD Y MARKETING	-	2.269,11	2.393,91	2.525,58	2.664,48	2.811,03
<b>PRODUCCIÓN</b>						
PERSONAL OPERATIVO	-	-	-	-	-	-
GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS	-	16.423,95	17.327,26	18.280,26	19.285,68	20.346,39
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>						
	-	11.697,85	12.986,99	14.418,20	16.007,14	17.771,18
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PARTIC.	-	65.618,06	75.624,95	86.767,90	99.283,61	113.060,17
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	9.842,71	11.343,74	13.015,19	14.892,54	16.959,03
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	-	55.775,35	64.281,21	73.752,72	84.391,07	96.101,14
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	-	13.943,84	16.070,30	18.438,18	21.097,77	24.025,29
<b>UTILIDAD NETA</b>	-	<b>41.831,52</b>	<b>48.210,90</b>	<b>55.314,54</b>	<b>63.293,30</b>	<b>72.075,86</b>
(+) DEPRECIACIÓN		1.095,80	1.095,80	1.095,80	975,80	975,80
(+) VALOR RESIDUAL						
(-) INVERSIONES PROPIA	\$ 65.626,56					
(-) AMORTIZACIÓN DE CAPITAL		11.697,85	12.986,99	14.418,20	16.007,14	17.771,18
<b>Flujo de caja</b>	<b>(65.626,56)</b>	<b>31.229,47</b>	<b>36.319,72</b>	<b>41.992,14</b>	<b>48.261,97</b>	<b>55.280,48</b>

#### 4.1.9 PROYECCIONES DE INGRESOS

Los ingresos están dados por las operaciones que realiza la empresa, siendo los mismos cuantificables en un período de tiempo. Están relacionados directamente con el volumen de las ventas, el precio de venta se incrementa en un 5,5% anual, acorde a la tasa de inflación dada por el Banco Central del Ecuador actualizada a octubre 2011.

Acorde a esta información el cálculo de los ingresos proyectados son:

**TABLA 4.12**

AÑOS	OFERTA	CRECIMIE N.%	INFLACIÓN ANUAL	PRECIO VENTA	INGRESOS
2012	3.916,51	0%		\$ 45,00	\$ 176.242,81
2013	4.062,98	3,74%	5,50%	\$ 47,48	\$ 192.890,17
2014	4.214,94	3,74%	5,50%	\$ 50,09	\$ 211.110,00
2015	4.372,58	3,74%	5,50%	\$ 52,84	\$ 231.050,82
2016	4.536,11	3,74%	5,50%	\$ 55,75	\$ 252.875,19

#### 4.1.10 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de Pérdidas y Ganancias proyectado a 5 años, realizado sobre la base de estimaciones de ingresos, costos y gastos, permite obtener información para la elaboración del flujo neto de caja, el mismo que servirá de base para la aplicación de criterios de evaluación y poder determinar la viabilidad del proyecto.

**TABLA 4.13**

<b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS</b>						
<b>BODY ENERGY EVOLUTION</b>						
<b>PROYECCIÓN A 5 AÑOS</b>						
	Precio \$	45,00	\$ 47,48	\$ 50,09	\$ 52,84	\$ 55,75
Costo de producción	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Unidades de Producción		3.917	4.063	4.215	4.373	4.536
Inflación		0%	5,50%	5,50%	5,50%	5,50%
Tasa de crecimiento		0%	3,74%	3,74%	3,74%	3,74%
		ANO 2012	ANO 2013	ANO 2014	ANO 2015	ANO 2016
<b>INGRESOS</b>						
<b>VENTAS BODY ENERGY EVOLUTION</b>		<b>176.242,81</b>	<b>192.890,17</b>	<b>211.110,00</b>	<b>231.050,82</b>	<b>252.875,19</b>
<b>COSTOS</b>		<b>26.818,47</b>	<b>28.293,48</b>	<b>29.849,63</b>	<b>31.491,35</b>	<b>33.223,38</b>
MATERIA PRIMA DIRECTA		-	-	-	-	-
MATERIAL INDIRECTO DE FABRIC.		-	-	-	-	-
SUMINISTROS Y SERVICIOS		-	-	-	-	-
MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA		26.818,47	28.293,48	29.849,63	31.491,35	33.223,38
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>		<b>149.424,34</b>	<b>164.596,69</b>	<b>181.260,38</b>	<b>199.559,46</b>	<b>219.651,81</b>
<b>GASTOS</b>		<b>83.806,27</b>	<b>88.971,74</b>	<b>94.492,47</b>	<b>100.275,86</b>	<b>106.591,64</b>
<b>ADMINISTRATIVOS</b>						
PERSONAL ADMINISTRATIVO		35.361,62	37.306,51	39.358,37	41.523,08	43.806,85
SUMINISTROS Y SERVICIOS		16.423,95	17.327,26	18.280,26	19.285,68	20.346,39
DEPRECIACIÓN		1.095,80	1.095,80	1.095,80	975,80	975,80
AMORTIZACIÓN		534,00	534,00	534,00	534,00	534,00
<b>VENTAS</b>						
FUERZA DE VENTAS		-	-	-	-	-
COMISIÓN EN VENTAS		-	-	-	-	-
PUBLICIDAD Y MARKETING		2.269,11	2.393,91	2.525,58	2.664,48	2.811,03
<b>PRODUCCIÓN</b>						
PERSONAL OPERATIVO		-	-	-	-	-
GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS		16.423,95	17.327,26	18.280,26	19.285,68	20.346,39
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>		<b>11.697,85</b>	<b>12.986,99</b>	<b>14.418,20</b>	<b>16.007,14</b>	<b>17.771,18</b>
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PARTIC. TRABAJ.		65.618,06	75.624,95	86.767,90	99.283,61	113.060,17
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		9.842,71	11.343,74	13.015,19	14.892,54	16.959,03
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		55.775,35	64.281,21	73.752,72	84.391,07	96.101,14
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA		13.943,84	16.070,30	18.438,18	21.097,77	24.025,29
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>41.831,52</b>	<b>48.210,90</b>	<b>55.314,54</b>	<b>63.293,30</b>	<b>72.075,86</b>

Como indica la tabla 4.11, durante el primer año obtenemos una utilidad neta de \$22,620.00, En el ANEXO podremos observar el Estado de Pérdidas y Ganancias mensual del primer año del ejercicio en donde se observa que los dos primeros meses tendremos pérdida por el inicio del negocio.

#### **4.1.11 BALANCE GENERAL**

Para enunciar los requerimientos de activos, pasivos y patrimonio que serán generados bajo condiciones normales dentro del giro del negocio es necesaria la elaboración del Balance General Proyectado, que permite valorar los fondos adicionales.

TABLA 4.12

BALANCE GENERAL PROYECTADO

ACTIVOS	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>ACTIVOS CORRIENTES \$</b>						
Caja/Bancos	\$ 12.525,39	\$ 43.754,86	\$ 80.074,58	\$ 122.066,72	\$ 170.328,69	\$ 225.609,17
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES \$</b>	<b>\$ 12.525,39</b>	<b>\$ 43.754,86</b>	<b>\$ 80.074,58</b>	<b>\$ 122.066,72</b>	<b>\$ 170.328,69</b>	<b>\$ 225.609,17</b>
<b>ACTIVOS FIJO \$</b>						
Muebles y Enseres	\$ 618,00	\$ 618,00	\$ 618,00	\$ 618,00	\$ 618,00	\$ 618,00
Equipos de Operación (Gimnasio)	\$ 6.975,81	\$ 6.975,81	\$ 6.975,81	\$ 6.975,81	\$ 6.975,81	\$ 6.975,81
Equipos de Computación	\$ 4.280,00	\$ 4.280,00	\$ 4.280,00	\$ 4.280,00	\$ 4.280,00	\$ 4.280,00
Equipos de Oficina	\$ 195,00	\$ 195,00	\$ 195,00	\$ 195,00	\$ 195,00	\$ 195,00
Otros Equipos de Operación	\$ 7.127,50	\$ 7.127,50	\$ 7.127,50	\$ 7.127,50	\$ 7.127,50	\$ 7.127,50
Edificio	\$ 39.116,21	\$ 39.116,21	\$ 39.116,21	\$ 39.116,21	\$ 39.116,21	\$ 39.116,21
Terreno	\$ 65.000,00	\$ 65.000,00	\$ 65.000,00	\$ 65.000,00	\$ 65.000,00	\$ 65.000,00
(-) Depreciación Acumulada	0	(1.095,80)	(2.191,61)	(3.287,41)	(4.263,21)	(5.239,02)
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS \$</b>	<b>\$ 123.312,52</b>	<b>\$ 122.216,72</b>	<b>\$ 121.120,92</b>	<b>\$ 120.025,11</b>	<b>\$ 119.049,31</b>	<b>\$ 118.073,51</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS \$</b>						
Gastos Preoperacionales	\$ 2.670,00	\$ 2.670,00	\$ 2.670,00	\$ 2.670,00	\$ 2.670,00	\$ 2.670,00
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS \$</b>	<b>\$ 2.670,00</b>	<b>\$ 2.670,00</b>	<b>\$ 2.670,00</b>	<b>\$ 2.670,00</b>	<b>\$ 2.670,00</b>	<b>\$ 2.670,00</b>
<b>TOTAL ACTIVO \$</b>	<b>\$ 138.507,91</b>	<b>\$ 168.641,58</b>	<b>\$ 203.865,50</b>	<b>\$ 244.761,83</b>	<b>\$ 292.048,00</b>	<b>\$ 346.352,68</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVOS CORTO PLAZO</b>						
<b>PASIVOS A LARGO PLAZO</b>						
Prestamo Bancario	\$ 72.881,35	\$ 61.183,50	\$ 48.196,51	\$ 33.778,31	\$ 17.771,18	\$ -
<b>TOTAL PASIVOS LP</b>	<b>\$ 72.881,35</b>	<b>\$ 61.183,50</b>	<b>\$ 48.196,51</b>	<b>\$ 33.778,31</b>	<b>\$ 17.771,18</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL DE PASIVO \$</b>	<b>\$ 72.881,35</b>	<b>\$ 61.183,50</b>	<b>\$ 48.196,51</b>	<b>\$ 33.778,31</b>	<b>\$ 17.771,18</b>	<b>\$ -</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	\$ 65.626,56	\$ 65.626,56	\$ 65.626,56	\$ 65.626,56	\$ 65.626,56	\$ 65.626,56
Utilidad del Ejercicio	0	41.831,52	48.210,90	55.314,54	63.293,30	72.075,86
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 41.831,52	\$ 90.042,42	\$ 145.356,96	\$ 208.650,26
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 65.626,56</b>	<b>\$ 107.458,08</b>	<b>\$ 155.668,98</b>	<b>\$ 210.983,52</b>	<b>\$ 274.276,82</b>	<b>\$ 346.352,68</b>
<b>TOTAL PASIVO+PATRIMONIO</b>	<b>\$ 138.507,91</b>	<b>\$ 168.641,58</b>	<b>\$ 203.865,50</b>	<b>\$ 244.761,83</b>	<b>\$ 292.048,00</b>	<b>\$ 346.352,68</b>
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -



El valor en los activos corrientes, cambia para cada año acorde con el movimiento del efectivo que se lo puede observar también en el flujo de caja.

Los activos diferidos se terminan de amortizar en el quinto año.

El patrimonio lo conforman los recursos propios del inversionista que es el 47,38% de la inversión lo que equivale como capital social la suma de \$65.626,56.

## 4.2 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

### 4.2.1 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio se produce cuando el ingreso total por volumen de ventas es igual a los costos totales en que incurre la empresa. f

En este caso al no poseer costo de producción por ser un servicio, tenemos un margen de contribución equivalente al precio de venta.

Precio Venta	45
Costo Producción.	0
Margen de Contribución	<u>45</u>

#### **COSTO FIJO** 110.624,74

Costo Fijo Producción 26.818,47

Gastos 83.806,27

COSTO FIJO	<u>110.624,74</u>	2.458,33
Margen de contribución	45,00	

Es decir, mensual 204,86

Obtenemos así, que es necesario vender al menos 204 unidades para no ganar ni perder, manteniendo los costos fijos.

## 4.2.2 ÍNDICES FINANCIEROS

### 4.2.2.1 TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO (TMAR)

TMAR o conocida también como Costo de Capital, es expresado como el costo promedio ponderado de las fuentes de financiamiento, siendo éstas, provenientes tanto de los accionistas como de las Instituciones Financieras.

El costo de capital de la Institución Bancaria es igual a la tasa de interés nominal pactada mientras que el costo de capital de los accionistas considera el índice inflacionario para no perder el poder adquisitivo de lo aportado sumado a un premio al riesgo por la inversión y a la tasa libre de riesgo.

Para proceder al cálculo de la tasa de descuento, se tomará en cuenta los siguientes puntos:

**TABLA 4.13**

<b>TASA DE DESCUENTO</b>	
Rendimiento del Bono del Tesoro Americano	5,50% <sup>11</sup>
Riesgo país	9,11% <sup>12</sup>
Inflación	5,50% <sup>13</sup>

Una vez considerados los datos de la tabla 4.13, se procede al cálculo de la TMAR, el mismo que es de 15,05% como lo muestra la TABLA 4.14

**TABLA 4.14**

	<b>INVERSIÓN</b>	<b>PESO</b>	<b>TASA</b>	<b>PONDERACIÓN</b>
FONDOS PROPIOS	\$ 65.626,56	47,38%	20,11%	9,53%
FINANCIAMIENTO	\$ 72.881,35	52,62%	10,50%	5,52%
<b>TMAR</b>				<b>15,05%</b>

11(2011, 11 de noviembre) *Gestiopolis*. <http://www.gestiopolis.com/canales5/fin/riesgopa.html>

12(2011, 11 de Noviembre) *Banco Central del Ecuador*. Recuperado de [http://www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=riesgo-pais](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo-pais)

13(2011, 11 de Noviembre) *Banco Central del Ecuador*. Recuperado de <http://www.bce.fin.ec/>

#### **4.2.2.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

El VAN mide el valor actual de los desembolsos y de los ingresos, actualizándolos al momento inicial y aplicando la Tasa Mínima Aceptable de Retorno en función del riesgo que conlleva el proyecto<sup>14</sup>

Para Body Energy Evolution el VAN es de \$62,326.93, este identificador ratifica la viabilidad del proyecto, ya que únicamente se requiere de un VAN mayor a 0 para aceptarlo y es mucho mejor cuan mayor sea este valor.

#### **4.2.2.3 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

La tasa interna de retorno indica el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista por la decisión de invertir en una alternativa de inversión seleccionada.

Este método consiste en calcular la TMAR que hace que el VAN sea igual a cero.

Un proyecto es interesante cuando su tasa TIR es superior al tipo de TMAR exigido para proyectos con ese nivel de riesgo.

Por medio de este instrumento se puede evaluar el proyecto ya que cuando la TIR es mayor que la TMAR, el rendimiento que obtendrá el inversionista realizando la inversión es mayor que el que obtendrá en la mejor alternativa, por lo tanto conviene realizar la inversión.

La TIR del gimnasio Body Energy Evolution es del 50,54%, éste resultado es mayor a la TMAR de 15,05%, lo que implica que el proyecto cumple con este requisito para poder ser aceptado.

---

<sup>14</sup>Meneses, Edilberto, Preparación y Evaluación de Proyectos, Quito, QualityPrint Centro de Reproducción digital. 2001

## 4.3 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

### 4.3.1 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El Análisis de Sensibilidad permite ver el impacto que tendría en la viabilidad del proyecto la modificación de diversas variables como son el precio de venta, el volumen de venta y el costo variable.<sup>15</sup>

**TABLA 4.15**

<b>ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD</b>			
	<b>PESIMISTA</b>	<b>PROYECTADO</b>	<b>OPTIMISTA</b>
CANTIDAD	2877	3917	5324
INGRESOS	\$ 129.467	\$ 176.243	\$ 239.587
TIR	-15,95%	50,54%	117,41%
VAN	\$ (40.030,62)	\$ 62.326,93	\$ 200.941,31
PAYBACK (años)	0	2	1
PROBABILIDAD DE OCURRENCIA	10%	60%	30%
<b>TIR ESPERADA</b>	<b>63,95%</b>		
<b>VAN ESPERADA</b>	<b>\$ 93.675,49</b>		

#### 4.3.1.1 ESCENARIO PESIMISTA

En el caso de que las ventas fueran menores anualmente a lo planteado, nos indica que no podríamos realizar el negocio ya que obtendríamos una VAN negativa del \$-40,030.62. Con la TMAR de 15,05% y una TIR de -15,95%, nos comprueba que no es negocio ya que la TIR es negativa y en la proyección de 5 años no se logra recuperar la inversión.

#### 4.3.1.2 ESCENARIO OPTIMISTA

En el caso de que las ventas fueran mayores anualmente a lo planteado, nos indica que el gimnasio será en su totalidad un buen negocio ya que obtendríamos una VAN positiva muy superior de \$200.941,31, con una TMAR de 15% y una TIR de 117,41% que es mucho mayor a la TMAR.

<sup>15</sup> Meneses, Edilberto, *Preparación y Evaluación de Proyectos*, Quito, QualityPrint Centro de Reproducción digital. 2001

#### 4.4 ANÁLISIS SIN APALANCAMIENTO

En el momento que una empresa incide a un préstamo, se compromete a realizar una serie de pagos fijos; puesto que el inversionista consigue sólo lo que queda después de haber pagado dicha deuda.

Por tal motivo, a continuación presentamos el análisis en caso de no prescindir de un préstamo, realizando la inversión con el 100% de fondos propios. La propiedad accionaria sería de la siguiente manera:

**TABLA 4.16**

<b>Nombre de los Accionistas</b>	<b>V. Acción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>T. Aportación</b>	<b>%</b>
Accionista 1	\$ 138,51	300	\$ 41.552,37	30,00%
Accionista 2	\$ 138,51	300	\$ 41.552,37	30,00%
Accionista 3	\$ 138,51	200	\$ 27.701,58	20,00%
Accionista 4	\$ 138,51	100	\$ 13.850,79	10,00%
Accionista 5	\$ 138,51	100	\$ 13.850,79	10,00%
<b>TOTAL APORTACIONES</b>		<b>1.000</b>	<b>\$ 138.507,91</b>	<b>100,00%</b>

Teniendo un flujo de caja igualmente positivo y mayor, el mismo que está representado en la Tabla 4.17 que se presenta a continuación:

TABLA 4.17

FLUJO DE CAJA - TIEMPO DE DESINVERSIÓN  
BODY ENERGY EVOLUTION  
PROYECCIÓN A 5 AÑOS

	Precio	\$ 45,00	\$ 47,48	\$ 50,09	\$ 52,84	\$ 55,75
Costo de producción		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Unidades de Producción		3.916,51	4.062,98	4.214,94	4.372,58	4.536,11
Inflación		0%	5,50%	5,50%	5,50%	5,50%
Tasa de crecimiento		0%	3,74%	3,74%	3,74%	3,74%
	Periodo 0	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
<b>INGRESOS</b>						
<b>VENTAS BODY ENERGY EVOLUTION</b>	-	176.242,81	192.890,17	211.110,00	231.050,82	252.875,19
<b>COSTOS</b>						
MATERIA PRIMA DIRECTA	-	-	-	-	-	-
MATERIAL INDIRECTO DE FABRIC.	-	-	-	-	-	-
SUMINISTROS Y SERVICIOS	-	-	-	-	-	-
MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA	-	26.818,47	28.293,48	29.849,63	31.491,35	33.223,38
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>	-	149.424,34	164.596,69	181.260,38	199.559,46	219.651,81
<b>GASTOS</b>						
<b>ADMINISTRATIVOS</b>						
PERSONAL ADMINISTRATIVO	-	35.361,62	37.306,51	39.358,37	41.523,08	43.806,85
SUMINISTROS Y SERVICIOS	-	16.423,95	17.327,26	18.280,26	19.285,68	20.346,39
DEPRECIACIÓN	-	1.095,80	1.095,80	1.095,80	975,80	975,80
AMORTIZACIÓN	-	534,00	534,00	534,00	534,00	534,00
<b>VENTAS</b>						
FUERZA DE VENTAS	-	-	-	-	-	-
COMISIÓN EN VENTAS	-	-	-	-	-	-
PUBLICIDAD Y MARKETING	-	2.269,11	2.393,91	2.525,58	2.664,48	2.811,03
<b>PRODUCCIÓN</b>						
PERSONAL OPERATIVO	-	-	-	-	-	-
GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS	-	16.423,95	17.327,26	18.280,26	19.285,68	20.346,39
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>						
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PARTIC.	-	77.315,91	88.611,94	101.186,10	115.290,74	130.831,34
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	11.597,39	13.291,79	15.177,92	17.293,61	19.624,70
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	-	65.718,52	75.320,15	86.008,19	97.997,13	111.206,64
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	-	16.429,63	18.830,04	21.502,05	24.499,28	27.801,66
<b>UTILIDAD NETA</b>	-	49.288,89	56.490,11	64.506,14	73.497,85	83.404,98
(+) DEPRECIACIÓN		1.095,80	1.095,80	1.095,80	975,80	975,80
(+) VALOR RESIDUAL		-	-	-	-	-
(-) INVERSIONES PROPIA	\$ 138.507,91	-	-	-	-	-
(-) AMORTIZACIÓN DE CAPITAL		-	-	-	-	-
<b>Flujo de caja</b>	(138.507,91)	50.384,70	57.585,91	65.601,94	74.473,65	84.380,79

#### 4.4.1 TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO (TMAR)

En este caso, para calcular la TMAR se tomará en cuenta solo la tasa del costo capital de los accionistas, siendo ésta el 20,11%.

#### 4.4.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Según los datos del flujo de caja, se ha obtenido una VAN de \$42,258.99, ratificando también que seguiría siendo un negocio aceptado, al ser este valor positivo.

#### 4.4.3 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La TIR sin apalancamiento es de 34,38% siendo también mayor a la TMAR demostrando cumplir también con el requisito para ser aceptado.

#### 4.4.4 PAYBACK

El tiempo de recuperación de la inversión, es de 2 años 6 meses, considerando que la inversión son fondos propios en su totalidad. Su cálculo se representa en la tabla 4.18

**TABLA 4.18**

<b>CALCULO DEL PAYBACK</b>			
<b>Año de Recuperación de la Inversión</b>	<b>Año</b>	<b>2</b>	
<b>Diferencia con Inversión Inicial</b>	\$138.507,91	\$107.970,61	\$ 30.537,30
<b>Flujo Mensual Promedio Año Siguiete</b>	\$ 65.601,94	12	\$ 5.466,83
<b>Número de Meses</b>	\$ 30.537,30	\$ 5.466,83	6
<b>PAYBACK:</b>	<b>2</b>	<b>Años</b>	<b>6</b> <b>Mes</b>



## **5 IMPACTO DEL PROYECTO DE INVERSIÓN**

En base a la guía que hemos obtenido hasta el momento y conociendo la naturaleza de servicio que se está ofreciendo, se determina que las acciones del mismo, no conllevan a impactos ambientales de gran magnitud, por lo que en este caso debemos analizar los posibles impactos a presentarse en este tipo de servicio, especialmente en Aquafit que es donde se hace uso del recurso natural del agua.

Para verificar los impactos ambientales en el uso de agua, es necesario analizar la Norma de Calidad Ambiental y de Descarga de Efluentes: Recurso Agua, contemplado dentro de las Políticas Básicas Ambientales Del Ecuador:

La norma técnica determina o establece:

- a) Los límites permisibles, disposiciones y prohibiciones para las descargas en cuerpos de aguas o sistemas de alcantarillado;
- b) Los criterios de calidad de las aguas para sus distintos usos; y,
- c) Métodos y procedimientos para determinar la presencia de contaminantes en el agua.

### **5.1 CONDICIONES GENERALES**

“Las características de las instalaciones y los servicios anexos de la piscina deben garantizar la prevención de riesgos sanitarios, accidentes y favorecer el bienestar de los usuarios”<sup>16</sup>.

### **5.2 Características de las instalaciones:**

Para evitar algún accidente, o prevenir inconvenientes, es necesario que la infraestructura de la piscina cumpla con las siguientes características<sup>17</sup>:

---

<sup>16</sup>Colado, Juan Carlos & Moreno, Juan Antonio. *Fitness Acuático*. España, INDE, 2005

<sup>17</sup><http://www.fibrogen.d/piscinas.html>. Acceso: 29-09-2007

- Las superficies de todos los elementos que integran las instalaciones y los equipos de la piscina deben ser de materiales resistentes a los agentes químicos, de color claro y de fácil limpieza y desinfección. En la construcción de estos elementos no se pueden utilizar materiales susceptibles de constituirse en substrato para el crecimiento microbiano.
- Los pavimentos, las superficies de paso de los trampolines, las palancas y las escaleras, deben construirse con materiales antideslizantes. Los pavimentos deben estar dotados de desagües y su diseño debe garantizar la inclinación suficiente para evitar la formación de charcos.
- La utilización de materiales antideslizantes es necesaria para evitar accidentes, ya que con los pies mojados es más fácil resbalar.
- Los elementos metálicos de las instalaciones deben ser de materiales resistentes a la oxidación.
- Las instalaciones deben disponer del número de bocas de agua, alcantarillas y desagües, suficiente para permitir una correcta limpieza del conjunto.
- Las instalaciones eléctricas de la piscina deben cumplir las normas de seguridad que les sean de aplicación. Los enchufes y los interruptores deben tener la protección adecuada y estar situados a una altura suficiente con el fin de evitar la manipulación de cualquier usuario.
- En todas las áreas y dependencias de las instalaciones debe disponerse de suficientes puntos de iluminación para permitir desarrollar la actividad a que se destinan. Estos puntos de iluminación deben estar protegidos contra las roturas.
- Debe asegurarse una ventilación suficiente en todas las dependencias de las instalaciones. La piscina cubierta debe disponer de los mecanismos necesarios para asegurar la renovación constante del aire en el recinto, garantizando una temperatura y humedad relativa

adecuada. A los efectos del control de estos extremos dispondrán, al menos, de un termómetro y de un higrómetro situados en la zona de playa.

### **5.3 CARACTERÍSTICAS FÍSICO-QUÍMICAS DEL AGUA**

“El agua de abastecimiento de la piscina debe proceder, preferentemente, de una red de distribución pública. Se podrán utilizar aguas de otros orígenes que presenten características sanitarias equivalente”<sup>18</sup>.

El agua de los vasos debe ser filtrada, desinfectada y con poder desinfectante, y cumplir, en cualquier caso, las siguientes características:

- No ser irritante para los ojos, la piel y las mucosas.
- Estar libre de microorganismos patógenos.
- No ser perceptible la presencia de sólidos en suspensión, espumas, aceites o grasas.

### **5.4 TRATAMIENTO DEL AGUA**

Según la Norma de calidad ambiental y de descarga de efluentes: recurso agua. Libro VI, dispone el siguiente tratamiento del agua, que en este proyecto se lo ha utilizado para el uso del agua en la piscina:

- Para el suministro de productos químicos para el tratamiento sistemático del agua, debe disponerse de sistemas de dosificación que funcionen conjuntamente con el sistema de circulación, y que permitan, si es necesario, la disolución total de los productos utilizados para los tratamientos, que en ningún caso, podrán añadirse directamente a los vasos. La utilización de sistemas de desinfección que no tengan efecto residual exige siempre el suministro de un desinfectante, con efecto residual.

---

<sup>18</sup> Norma de calidad ambiental y de descarga de efluentes: recurso agua. Libro VI anexo 1

- Los productos para el tratamiento del agua de los vasos, y los productos y utensilios para la limpieza y desinfección de las instalaciones, deben guardarse en un local con este uso exclusivo, ventilado y excluido del acceso de los usuarios. En caso de utilización de cloro líquido o en forma de gas, deberá prever su situación en una zona separada. Este local debe poder permanecer cerrado con llave.

### **5.5 Recirculación del agua**

“Es obligatorio disponer de un sistema de recogida continua que permita la recirculación uniforme de la totalidad de la lámina superficial del agua. El caudal de agua recirculada debe permitir que el agua cumpla las características específicas”<sup>19</sup>:

- El agua de los vasos debe renovarse continuamente durante el período de apertura al público de la piscina, bien por recirculación, previa depuración, bien por entrada de agua nueva. Esta circulación del agua debe permitir una renovación total de la misma.

- Los vasos deben disponer de un sistema de control de la aportación de agua nueva y del agua reciclada.

- La recirculación del agua consiste en la recogida del agua del vaso, su tratamiento y el retorno al vaso del agua tratada; este proceso debe efectuarse de forma continua con el fin de eliminar correctamente la contaminación aportada por los bañistas y mantener su calidad.

La recirculación adecuada del agua es indispensable para:

- Conservar la transparencia.

- Realizar un buen tratamiento.

- No efectuar grandes aportaciones de agua nueva, ya que aumentan los costes de explotación o gestión.

---

<sup>19</sup> Norma de calidad ambiental y de descarga de efluentes: recurso agua. Libro VI anexo 1

## **5.6 Generación de empleo**

Al generar ideas de negocio reales y posibles de implantar, se presentan nuevas oportunidades con ofertas de trabajo en diversas áreas para emplear a personas acorde a los perfiles planteados y de esta manera conformar el equipo de trabajo de Body Energy Evolution.

Se disminuye la tasa de desempleo gracias a las nuevas oportunidades de trabajo que se generan.

Se brinda apoyo en la realización personal y profesional a quienes formen parte del equipo de trabajo de Body Energy Evolution, permitiéndoles desempeñar sus funciones y demostrar sus conocimientos y habilidades adquiridas mediante su educación y experiencia.

## **6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **6.1 CONCLUSIONES**

En base al estudio del mercado, se pudo concluir que si es viable la creación del Gimnasio Fitness en la Cdla La Garzota ya que existe un 39% de demanda insatisfecha que si está dispuesta a asistir al gimnasio fitness, por cuidar su salud y a la vez su apariencia física. Son personas cuyos ingresos les permite dirigir un porcentaje del mismo a estos tipos de servicios y su rango de edad se encuentra entre los 21 a 36 años.

Las características del servicio que se oferta son: clases de rutinas de ejercicios de gimnasia con sus variantes; dirigidas por un equipo de instructores altamente calificados; que tienen como objetivo común satisfacer las necesidades de los clientes en tiempo, resultados y atención. Se ofrece a disposición de los clientes el servicio de cafetería, que complementan el servicio específico del gimnasio fitness.

El precio promedio de venta resultante es de \$45,00 la membresía mensual por ejercicio esto ya incluye un margen de utilidad del 87,18% sobre sus costos.

Body Energy Evolution se comunicara con público a través de servicios como anuncios publicitarios en las periódicos: "El Universo", en Redes Sociales como Facebook, Vallas Publicitarias y Fiestas de promoción.

Body Energy Evolution se han constituido en base a requerimientos de personal, calificando aptitudes y conocimientos de las áreas en las cuales cada persona ejercerá su profesión.

Los efectos económicos y sociales de la implementación de una nueva idea de negocio son positivos al verse reflejado en la generación de nuevos puestos de trabajo canalizadas al progreso de la sociedad y al crecimiento de la productividad del país.

Los factores que determinaron la localización del negocio fueron las características del mercado de consumo, la cercanía de los proveedores de mano de obra, materiales e insumos y disponibilidad de

servicios básicos. Mediante el método cualitativo por puntos, se determina que la Cdla La Garzota es un lugar óptimo para este tipo de negocio.

El diseño y la distribución adecuada de la planta permite brindar un servicio cómodo para que los clientes tengan el gusto de asistir al gimnasio fitness. La capacidad instalada es 840 promediado al primer año el 20% de la totalidad de la capacidad del Gimnasio además con baños, vestidores y casilleros.

El proceso productivo empieza desde que el usuario decide ingresar al gimnasio, y termina en los controles y seguimientos mensuales del alcance de sus objetivos, haciendo la entrega de su plan de entrenamiento, procesos que se repiten mensualmente.

La inversión total del proyecto es de \$ 138.507,91 dólares, de los cuales el

47.38% constituyen el capital social de la empresa y el 52.62% es proveniente del préstamo a la CFN.

Los indicadores del proyecto considerados para el estudio ratifican la viabilidad económica. Siendo el valor actual neto del proyecto 62.362,93 dólares, la tasa interna de retorno 50,54% y el período de recuperación de la inversión es en el 2 año y 6 meses de ejecución del proyecto. El punto de equilibrio se lo obtendrá al vender el 22% de las membresías mensuales.

El proyecto es poco sensible a una disminución de precios, así como a una disminución de la demanda, y un aumento de los costos y gastos operativos.

## 6.2 RECOMENDACIONES

Lograr fidelidad con los potenciales clientes, con el objeto de que ellos perciban a “Body Energy Evolution” como la mejor alternativa para realizar una rutina de ejercicios obteniendo los resultados esperados, por medio de un seguimiento posterior y control al cliente sin costo adicional realizado por el instructor que fue designado para el efecto.

El gimnasio fitness Body Energy Evolution deberá aprovechar su ubicación en La Cdla La Garzota ya que está ubicada en una zona netamente comercial que a su vez posee características climáticas favorables para el esparcimiento.

Utilizar y fortalecer las estrategias de la aplicación de la autodeterminación, así como mejorar su aprendizaje mediante los métodos de enseñanza de las actividades; lo que ayudara al alcance de los objetivos de las personas.

Aprovechar la predisposición de cuidar la apariencia física y la salud de los posibles clientes, brindando eficazmente el servicio, garantizando resultados y darles seguimientos bajo el servicio post venta.

Enfatizar en brindar atributos que generen valores agregados para los usuarios, como lo son: trato amable, precio accesible, horarios de atención flexibles, seguimiento posterior al tratamiento aunque los clientes ya no asistan, esto para motivarlos a su regreso al gimnasio fitness lo que permitirá lograr lealtad y una mayor satisfacción a los usuarios.

En caso de que los clientes deseen asistir diariamente, cobrar de 4 a 5 dólares por diario, ya es un precio competitivo en comparación a los competidores que sería por una hora de cualquiera de los servicios de rutinas de ejercicios.

Vender la membresía mensual del servicio, en efectivo y a crédito; se recomienda realizar descuentos por pronto pago.

Los anuncios publicitarios deben ser informativos, llamativos, cautivadores y deben transmitir todas las ventajas de realizar gimnasia sin pesas para que el público se interese por el servicio.



El proyecto soporta una variante de elasticidad en el precio de disminución del -2,93%, para poder mantenerse en el mercado; en cuanto al volumen de ventas, no se contempla la posibilidad de que exista una disminución, ya que existe demanda insatisfecha del servicio, pero en caso de que existiese se recomienda a bajar el precio para estabilizar los resultados; en el caso de existir un aumento de los costos y gastos operativos, se recomienda subir el precio en un 5% para equilibrar los resultados.

Fomentar el buen uso y cuidado de las instalaciones, materiales y accesorios para su mejor mantenimiento y duración.

Realizar investigaciones de mercado continuas para saber la situación actual del mercado, las necesidades, gustos y preferencias que posee y el nivel de satisfacción de las mismas.

## BIBLIOGRAFÍA

BACA, G. (2001). Evaluación de Proyectos. México: Mc Graw Hill. 4ta.Edición.

CFN, Manual de evaluación ambiental para proyectos de inversión, Ecuador, Primera Edición, 1993

MENESES, EDILBERTO, **Preparación y Evaluación de Proyectos**, Quito,QualityPrint Centro de Reproducción digital. 2001

[<http://www.bce.fin.ec>]

[<http://www.inec.gov.ec>]

[<http://www.gestiopolis.com>]

[<http://www.piscinas.com.ar>]

[<http://www.pymes.plannegocios.com>]

[[http://www.minedu.gob/normatividad/reglamentos/instructivo\\_monitoreo\\_evaluacion.html](http://www.minedu.gob/normatividad/reglamentos/instructivo_monitoreo_evaluacion.html)]

[<http://www.eluniverso.com>]

[<http://definicion.de/proyecto/>]

[<http://www.incom.ec/emailmarketing.htm>]

# ANEXOS

## MODELO DE ENCUESTA

**Objetivo:** Deseamos conocer su opinión, sobre la práctica de actividades físicas en un gimnasio fitness, por lo que solicitamos acomedidamente conteste con toda sinceridad.

**Instrucción:** Marque con X la alternativa que considere adecuada y/o complete

## Datos Personales

- Sexo: \_\_\_\_\_
- Sector: \_\_\_\_\_
- Edad: \_\_\_\_\_

## 1.- ¿Qué tan frecuentemente realiza ejercicios o actividad física?

- ✓ Todos los días
- ✓ 1 - 3 veces por semana
- ✓ Fines de semana
- ✓ 1 - 3 veces por mes
- ✓ No realiza

Si su respuesta es no realiza, nos podría indicar ¿por qué? \_\_\_\_\_  
termina la encuesta, gracias por su colaboración.

## 2.- De las siguientes actividades enumere de 1 al 5 las que más le gustaría realizar (siendo 1 la más importante y 5 la menos importante)

- ✓ Aquafit
- ✓ Aeróbicos y CardioJam
- ✓ Pole Dance
- ✓ Combate Real (Defensa Personal)
- ✓ JiuJitsu
- ✓ Ninguna

Otros \_\_\_\_\_

Si su respuesta fue ninguna, termina la encuesta. Muchas gracias por su colaboración.

## 3.- ¿En qué horario usted realizaría estas actividades?

- |                                      |  |                                  |
|--------------------------------------|--|----------------------------------|
| 6h00 a 7h00 <input type="checkbox"/> | 10h00 a 11h00 <input type="checkbox"/> | 16h30 a <input type="checkbox"/> |
| 17h30 <input type="checkbox"/>       | 11h30 a 12h30 <input type="checkbox"/> | 18h00 a <input type="checkbox"/> |
| 7h00 a 8h00 <input type="checkbox"/> | 13h30 a 14h30 <input type="checkbox"/> | 19h30 a <input type="checkbox"/> |
| 19h00 <input type="checkbox"/>       | 15h00 a 16h00 <input type="checkbox"/> | 21h00 a <input type="checkbox"/> |
| 8h30 a 9h30 <input type="checkbox"/> |  |                                  |
| 20h30 <input type="checkbox"/>       |  |                                  |
| 22h00 <input type="checkbox"/>       |  |                                  |

## 4.- ¿Qué servicios adicionales le gustaría encontrar en el centro de Fitness

- ✓ Bar de bebidas hidratantes
- ✓ Venta de accesorios

## 5.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por las actividades y el horario elegido por usted en las preguntas anteriores?

- ✓ Entre \$40 y \$45
- ✓ Entre \$46 y \$50
- ✓ Entre \$51 y \$55
- ✓ Entre \$56 y \$60
- ✓ Ninguno de los anteriores

## 6.- Elija el medio de comunicación por el que usualmente usted se informa de algún nuevo gimnasio.

- ✓ Vallas Publicitarias
- ✓ Televisión
- ✓ Radio
- ✓ Periódico
- ✓ Revistas
- ✓ Correo Electrónico
- ✓ Redes Sociales

## TABLA DE AMORTIZACIÓN POR PERIODO

PERIODO	CAPITAL	INTERESES	PAGO	AMORTIZACIÓN
0				\$ 72.881,35
1	\$ 928,79	\$ 637,71	\$ 1.566,50	\$ 71.952,55
2	\$ 936,92	\$ 629,58	\$ 1.566,50	\$ 71.015,63
3	\$ 945,12	\$ 621,39	\$ 1.566,50	\$ 70.070,52
4	\$ 953,39	\$ 613,12	\$ 1.566,50	\$ 69.117,13
5	\$ 961,73	\$ 604,77	\$ 1.566,50	\$ 68.155,40
6	\$ 970,14	\$ 596,36	\$ 1.566,50	\$ 67.185,26
7	\$ 978,63	\$ 587,87	\$ 1.566,50	\$ 66.206,62
8	\$ 987,20	\$ 579,31	\$ 1.566,50	\$ 65.219,43
9	\$ 995,83	\$ 570,67	\$ 1.566,50	\$ 64.223,59
10	\$ 1.004,55	\$ 561,96	\$ 1.566,50	\$ 63.219,04
11	\$ 1.013,34	\$ 553,17	\$ 1.566,50	\$ 62.205,71
12	\$ 1.022,20	\$ 544,30	\$ 1.566,50	\$ 61.183,50
13	\$ 1.031,15	\$ 535,36	\$ 1.566,50	\$ 60.152,35
14	\$ 1.040,17	\$ 526,33	\$ 1.566,50	\$ 59.112,18
15	\$ 1.049,27	\$ 517,23	\$ 1.566,50	\$ 58.062,91
16	\$ 1.058,45	\$ 508,05	\$ 1.566,50	\$ 57.004,45
17	\$ 1.067,72	\$ 498,79	\$ 1.566,50	\$ 55.936,74
18	\$ 1.077,06	\$ 489,45	\$ 1.566,50	\$ 54.859,68
19	\$ 1.086,48	\$ 480,02	\$ 1.566,50	\$ 53.773,20
20	\$ 1.095,99	\$ 470,52	\$ 1.566,50	\$ 52.677,21
21	\$ 1.105,58	\$ 460,93	\$ 1.566,50	\$ 51.571,63
22	\$ 1.115,25	\$ 451,25	\$ 1.566,50	\$ 50.456,38
23	\$ 1.125,01	\$ 441,49	\$ 1.566,50	\$ 49.331,37
24	\$ 1.134,85	\$ 431,65	\$ 1.566,50	\$ 48.196,51
25	\$ 1.144,78	\$ 421,72	\$ 1.566,50	\$ 47.051,73
26	\$ 1.154,80	\$ 411,70	\$ 1.566,50	\$ 45.896,93
27	\$ 1.164,91	\$ 401,60	\$ 1.566,50	\$ 44.732,02
28	\$ 1.175,10	\$ 391,41	\$ 1.566,50	\$ 43.556,92
29	\$ 1.185,38	\$ 381,12	\$ 1.566,50	\$ 42.371,54
30	\$ 1.195,75	\$ 370,75	\$ 1.566,50	\$ 41.175,79
31	\$ 1.206,22	\$ 360,29	\$ 1.566,50	\$ 39.969,57
32	\$ 1.216,77	\$ 349,73	\$ 1.566,50	\$ 38.752,80
33	\$ 1.227,42	\$ 339,09	\$ 1.566,50	\$ 37.525,38
34	\$ 1.238,16	\$ 328,35	\$ 1.566,50	\$ 36.287,22
35	\$ 1.248,99	\$ 317,51	\$ 1.566,50	\$ 35.038,23
36	\$ 1.259,92	\$ 306,58	\$ 1.566,50	\$ 33.778,31
37	\$ 1.270,94	\$ 295,56	\$ 1.566,50	\$ 32.507,37
38	\$ 1.282,06	\$ 284,44	\$ 1.566,50	\$ 31.225,30
39	\$ 1.293,28	\$ 273,22	\$ 1.566,50	\$ 29.932,02
40	\$ 1.304,60	\$ 261,91	\$ 1.566,50	\$ 28.627,42

41	\$ 1.316,01	\$ 250,49	\$ 1.566,50	\$ 27.311,41
42	\$ 1.327,53	\$ 238,97	\$ 1.566,50	\$ 25.983,88
43	\$ 1.339,15	\$ 227,36	\$ 1.566,50	\$ 24.644,73
44	\$ 1.350,86	\$ 215,64	\$ 1.566,50	\$ 23.293,87
45	\$ 1.362,68	\$ 203,82	\$ 1.566,50	\$ 21.931,19
46	\$ 1.374,61	\$ 191,90	\$ 1.566,50	\$ 20.556,58
47	\$ 1.386,63	\$ 179,87	\$ 1.566,50	\$ 19.169,94
48	\$ 1.398,77	\$ 167,74	\$ 1.566,50	\$ 17.771,18
49	\$ 1.411,01	\$ 155,50	\$ 1.566,50	\$ 16.360,17
50	\$ 1.423,35	\$ 143,15	\$ 1.566,50	\$ 14.936,82
51	\$ 1.435,81	\$ 130,70	\$ 1.566,50	\$ 13.501,01
52	\$ 1.448,37	\$ 118,13	\$ 1.566,50	\$ 12.052,64
53	\$ 1.461,04	\$ 105,46	\$ 1.566,50	\$ 10.591,60
54	\$ 1.473,83	\$ 92,68	\$ 1.566,50	\$ 9.117,77
55	\$ 1.486,72	\$ 79,78	\$ 1.566,50	\$ 7.631,04
56	\$ 1.499,73	\$ 66,77	\$ 1.566,50	\$ 6.131,31
57	\$ 1.512,86	\$ 53,65	\$ 1.566,50	\$ 4.618,46
58	\$ 1.526,09	\$ 40,41	\$ 1.566,50	\$ 3.092,36
59	\$ 1.539,45	\$ 27,06	\$ 1.566,50	\$ 1.552,92
60	\$ 1.552,92	\$ 13,59	\$ 1.566,50	\$ 0,00
	\$ 72.881,35	\$ 21.108,92	\$ 93.990,26	

**TABLA DE AMORTIZACIÓN POR AÑO**

<b>PERIODO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERESES</b>	<b>PAGO</b>
1	\$ 11.697,85	\$ 7.100,21	\$ 18.798,05
2	\$ 12.986,99	\$ 5.811,06	\$ 18.798,05
3	\$ 14.418,20	\$ 4.379,85	\$ 18.798,05
4	\$ 16.007,14	\$ 2.790,92	\$ 18.798,05
5	\$ 17.771,18	\$ 1.026,88	\$ 18.798,05

**6.1.2.1 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS**  
**BODY ENERGY EVOLUTION**  
**AÑO 2012**

	Precio	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00										
Costo de producción	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-										
Unidades de Producción	150		150		198		238		281		274		302		332		398		478		528		579		3.917
	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Total												
<b>INGRESOS</b>																									
VENTAS BODY ENERGY EVOLUTION	6.750,00	8.100,00	89.10,00	10.892,00	11.781,20	1.234,26	13.584,19	14.942,80	17.931,13	21.517,35	23.889,09	28.035,99	178.242,81												
<b>COSTOS</b>																									
MATERIA PRIMA DIRECTA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-												
MATERIAL INDIRECTO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-												
SUMINISTROS Y SERVICIOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-												
MANO DE OBRA DIREC. E INDIRC.	2.234,87	2.234,87	2.234,87	2.234,87	2.234,87	2.234,87	2.234,87	2.234,87	2.234,87	2.234,87	2.234,87	2.234,87	288.18,47												
<b>MANEJO CON IMBUECIÓN</b>																									
MANTENIMIENTO	4.214,19	5.885,13	8.875,13	8.487,13	9.228,33	10.114,39	11.349,31	12.730,73	15.888,23	19.387,48	21.494,21	23.881,12	149.828,34												
<b>GASTOS</b>																									
ADMINISTRATIVOS																									
PERSONAL ADMINISTRATIVO	2.948,80	2.948,80	2.948,80	2.948,80	2.948,80	2.948,80	2.948,80	2.948,80	2.948,80	2.948,80	2.948,80	2.948,80	35.381,82												
SUMINISTROS Y SERVICIOS	1.388,88	1.388,88	1.388,88	1.388,88	1.388,88	1.388,88	1.388,88	1.388,88	1.388,88	1.388,88	1.388,88	1.388,88	18.423,98												
DEPRECIACIÓN	91,32	91,32	91,32	91,32	91,32	91,32	91,32	91,32	91,32	91,32	91,32	91,32	1.098,80												
AMORTIZACIÓN	44,50	44,50	44,50	44,50	44,50	44,50	44,50	44,50	44,50	44,50	44,50	44,50	534,00												
VENTAS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-												
FUERZA DE VENTAS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-												
COMISIÓN EN VENTAS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-												
PUBLICIDAD Y MARKETING	2.288,11	1.800,00	207,84	1.180,00	3.11,47	1.800,00	207,84	1.180,00	311,47	1.800,00	207,84	1.111,47	11.728,44												
<b>PRODUCCIÓN</b>																									
PERSONAL OPERATIVO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-												
GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS	1.388,88	1.388,88	1.388,88	1.388,88	1.388,88	1.388,88	1.388,88	1.388,88	1.388,88	1.388,88	1.388,88	1.388,88	18.423,98												
GASTOS FINANCIEROS	928,79	938,92	948,12	958,39	961,73	970,14	978,83	987,20	995,83	1.004,88	1.013,24	1.022,20	11.897,88												
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTIC. TRABAJ.</b>	\$ (4.802,72)	\$ (2.491,74)	\$ (2.97,87)	\$ 833,80	\$ 2.423,19	\$ 1.724,30	\$ 4.343,10	\$ 4.750,99	\$ 8.989,01	\$ 10.887,99	\$ 14.393,29	\$ 18.847,50	\$ 88.180,73												
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJAD.	\$ (875,41)	\$ (272,78)	\$ (44,84)	\$ 80,07	\$ 384,98	\$ 258,84	\$ 891,48	\$ 712,99	\$ 1.285,23	\$ 1.825,70	\$ 2.188,99	\$ 2.371,12	\$ 84.24,11												
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	\$ (3.827,31)	\$ (2.117,97)	\$ (2.52,94)	\$ 453,73	\$ 2.088,21	\$ 1.485,85	\$ 3.891,63	\$ 4.038,00	\$ 7.703,78	\$ 9.229,29	\$ 12.204,30	\$ 13.476,38	\$ 47.738,82												
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	\$ (986,83)	\$ (529,49)	\$ (63,23)	\$ 113,43	\$ 517,05	\$ 385,41	\$ 922,91	\$ 1.009,50	\$ 1.925,91	\$ 2.307,32	\$ 3.055,57	\$ 3.367,59	\$ 11.934,18												
<b>UTILIDAD NETA</b>	\$ (2.870,48)	\$ (1.855,48)	\$ (1.89,70)	\$ 340,30	\$ 1.571,16	\$ 1.099,34	\$ 2.768,72	\$ 3.028,50	\$ 5.787,74	\$ 6.921,97	\$ 9.148,73	\$ 10.108,79	\$ 35.804,64												